



Avis d'expert sur la qualité des données

**Stéphane Baranzelli, Directeur Commercial
Experian QAS**

Comment mettre en place une stratégie de qualité des données efficace ?

Se préoccuper de la qualité des données peut paraître effrayant de prime abord, mais il suffit de recourir à des organisations, technologies et procédés adaptés pour gagner en efficacité. Les 10 étapes proposées ci-dessous exposent un plan d'action simple permettant de s'attaquer à cet enjeu de poids.

Commencer par la fin

La première étape consiste à définir et mettre à plat les objectifs stratégiques puisque ceux-ci auront un impact sur la quantité et la nature des informations nécessaires au moment de la collecte. Ceci permettra de déterminer les champs nécessaires à renseigner lors du contact avec le client, et de collecter les informations sous un même format quelque soit le canal de communication.

Prendre en considération les différents éléments qui constituent un contact

Ceci consiste à définir les éléments nécessaires à la constitution d'un contact dans une base de données afin d'enrichir la relation et communiquer plus efficacement avec les clients. En analysant les données actuelles, il est facile de déterminer les informations complémentaires nécessaires.

Evaluer la qualité des données

Cette étape consiste à évaluer la qualité des données existantes en prenant les critères de mesure disponibles, et en suivant leurs évolutions. Quel est le taux de NPAI suite à des envois de courriers, est-il possible d'évaluer le nombre de doublons en bases, est-ce que les mêmes formats sont utilisés pour tous les canaux de la relation client, des plaintes sont-elles reçues pour cause de communication non adaptée ?

Comment y parvenir ?

Pour évaluer la qualité des données dans le temps, il faut déterminer différentes phases de progrès et les mesurer par rapport à des objectifs initiaux en identifiant en priorité les éléments ayant l'impact le plus négatif sur l'activité afin de s'en charger en priorité. Un acteur comme Experian QAS peut réaliser un audit de données et jouer un rôle de conseil sur une stratégie déjà en place.

Comment mettre tous les atouts de son côté ?

Il est nécessaire d'obtenir le soutien des acteurs concernés. Un travail d'évangélisation sur la qualité des données est à mener auprès de chaque membre de l'entreprise travaillant de près ou de loin avec les informations concernant les clients et prospects. Une prise de conscience est nécessaire afin de mener à bien ce projet car chacun va influencer sur le résultat de la stratégie. Ceci peut passer par la mise en place d'une incentive récompensant les personnes ou équipes ayant le plus amélioré la collecte ou la saisie des données. Communiquer en interne dès les premières améliorations constatées est primordial afin que chacun puisse se rendre compte des avancées du programme de qualité des données.

Comment obtenir un budget significatif ?

En démontrant comment l'investissement dans un programme de qualité des données aura un impact significatif sur les objectifs généraux de l'entreprise : en établissant un cahier des charges ayant un impact avec les domaines ci-dessous, la pertinence de l'investissement se justifie :

- Amélioration de l'image de marque
- Réduction des coûts
- Amélioration de l'efficacité opérationnelle de l'entreprise
- Conformité avec la réglementation

Mettre en place des processus efficaces

La mise en place d'une stratégie claire ne suffit pas à garantir le maintien dans le temps de la qualité des données dans l'entreprise. Il faut impliquer chaque personne de l'entreprise manipulant des données clients/prospects, mettre en place des processus de saisie, de nettoyage et de maintenance des informations, transmettre des informations claires pour atteindre les objectifs, organiser régulièrement des réunions pour vérifier que les processus demeurent efficaces.

Recourir à la technologie

Des solutions logicielles existent pour mettre en place une stratégie efficace de Contact Data Management. Voici les points à prendre en compte :

- Éviter toute pollution des données
- Gérer le vieillissement des données à terme
- Profiler et segmenter les contacts
- Supprimer les contacts obsolètes

Comment mesurer l'amélioration de la qualité des données ?

Pour mesurer le retour sur investissement du programme, il est nécessaire d'évaluer des critères clés permettant de constater les progrès :

- Satisfaction de la clientèle
- Vitesse lors de la saisie des données
- Exactitude : cela se traduit par une réduction du nombre de messages retournés (dit NPAI*) et de personnes à contacter pour obtenir une réponse donnée. Des mailings mieux ciblés vont apporter une amélioration du rapport réponse/vente.

Recommencer

Une fois que le programme de qualité des données semble fonctionner de manière impeccable, il est facile de le négliger. C'est ici qu'il faut rester vigilant en passant à nouveau en revue les objectifs initiaux afin de constater l'amélioration des résultats et en contrôlant les processus.

* NPAI : N'habite pas à l'adresse indiquée

A propos d'Experian QAS

Experian QAS est le leader du [Contact Data Management](#). La gamme logicielle QAS a été développée afin de préserver l'[intégrité des données](#) dans le temps et de fiabiliser à terme la [gestion de la relation client](#). QAS agit tout au long du processus de gestion des contacts, de l'[audit](#) vers la [saisie](#), l'[enrichissement](#), la [normalisation](#), le [nettoyage](#) et le [dédoublonnage des données](#), permettant ainsi de maintenir un niveau élevé de qualité des informations. Associé à Mosaic, QAS propose une approche innovante de [profiling en temps réel des consommateurs par l'adresse postale](#).

Spécialiste des technologies de gestion de l'adresse postale française et internationale, Experian QAS est Distributeur des référentiels géographiques de [La Poste SNA](#).

La performance des solutions QAS est le résultat d'investissements dans la recherche et le développement technologique depuis 1991, afin de garantir des logiciels de haut niveau de fonctionnalités et de services. Plus de 10 000 organisations dans le monde ont choisi les solutions QAS pour la gestion de la qualité de leurs données afin d'améliorer leur process, leur performance financière, leur efficacité ainsi que leur relation client.

QAS est une entité du groupe Experian®, spécialiste de l'information et de la gestion de la relation client.
www.qas.fr

[A propos d'Experian](#)

Experian met à la disposition des entreprises et particuliers à travers le monde des services de traitement de l'information, d'analyse et de marketing pour les aider à gérer au mieux les risques et les bénéfices liés à leurs décisions commerciales ou financières.

Alliant outils performants de traitement de l'information et connaissance pointue des consommateurs, des marchés et des économies, Experian accompagne les entreprises à travers le monde pour les aider à établir et développer leurs relations clients. Experian met par ailleurs à la disposition des particuliers les informations leur permettant de prendre en pleine connaissance de cause leurs décisions financières et d'achat.

Ses clients interviennent dans des secteurs aussi variés que les services financiers, la distribution et la VAD, les télécommunications, les services, les médias, l'assurance, l'automobile, les loisirs, le commerce électronique, l'industrie, l'immobilier et les administrations publiques.

Coté à la Bourse de Londres (EXPN), Experian plc figure parmi les sociétés du FTSE 100. Elle dispose d'un siège social à Dublin, en Irlande et de deux sièges opérationnels, à Costa Mesa, en Californie et à Nottingham au Royaume Uni. Avec plus de 15 500 collaborateurs dans 38 pays, Experian accompagne ses clients dans plus de 65 pays. Son chiffre d'affaires est de 4,1 milliards \$ (2,8 milliards €).

En France, forte de 250 collaborateurs, Experian apporte à plus de 500 clients une gamme de solutions Risques et Marketing leur permettant d'optimiser leur développement commercial et pérenniser leur relation client. En France, Experian regroupe les activités Business Strategies, CheetahMail, Decision Analytics, pH Group et [QAS](#). En Belgique, Experian est représentée par l'activité Business Strategies.

Pour plus d'informations : www.experian.fr de paiement, de canaux de vente,
Experian est une marque déposée dans l'Union Européenne et dans d'autres pays et est propriété exclusive d'Experian Ltd et/ou des sociétés associées.