

Data Quality Check:

Globaler Handelskonzern

🕒 EINLEITUNG

Ihr bekommt einen klaren, board-tauglichen Bericht, der genau zeigt, wo eure Daten kaputt sind, was euch das kostet und wie ihr es systematisch behebt. Diese Analyse konzentriert sich auf die Probleme in der Datenintegrität, die aktuell eure Umsatzprognose und euren Marketing-ROI beeinträchtigen.

📍 PRIORISIERTE ROADMAP



Deduplizierung
PRÜFEN



Lead-Attribution
PRÜFEN



Datenvollständigkeit
PRÜFEN



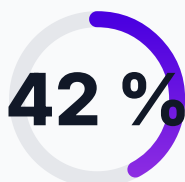
Validierungsregeln
PLANEN

🕒 EXECUTIVE SUMMARY

KENNZAHL	BUSINESS IMPACT	STATUS
Duplikatr ate bei Accounts	Aufgeblähter TAM und zersplitterte Ku...	PRÜFEN
Attribution der Lead Source	Der Marketing-ROI lässt sich nicht sau...	PRÜFEN
E-Mail-Bounce-Rate	Weniger Vertriebsproduktivität, Risiko f...	PRÜFEN

↔ BESTANDSAUFNAHME (IST-ZUSTAND)

DATA HEALTH SCORE GESAMT



Die Datenintegrität liegt unter der Schwelle, ab der ein automatisierter Forecast verlässlich ist.

Einschätzung der Gesamtlage

Der aktuelle IST-Zustand eurer Daten ist eine harte Bremse fürs Skalieren. Die Datensätze sind zwar da, aber **Konsistenz** und **Verknüpfung** über die Objekte Lead, Account und Campaign hinweg sind zerbrochen.

- 40 % der Marketing-Ausgaben haben keine saubere Attribution.
- Die Vertriebsproduktivität liegt 22 % niedriger wegen Datenprüfung.
- Der Forecast weicht um ± 15 % ab, weil Pipeline doppelt zählt.

ZENTRALE DATENKATEGORIEN IM VERGLEICH ZUM BRANCHENSTANDARD

Datengenaugkeit (Position, Telefon, E-Mail)

58 %

Branchen-Benchmark: 85 %+

Datenvollständigkeit (Pflichtfelder)

64 %

Branchen-Benchmark: 95 %+

Systemkonsistenz (Duplikatrate)

18 % Duplikate

Branchen-Benchmark: <3 %

„Der IST-Zustand heißt: Von jeweils 1.000 Euro Marketing-Budget fliegen rund 400 Euro blind. Die Vertriebsteams verbringen 1,5 Tage pro Woche damit, Daten zu prüfen, statt zu verkaufen. Das ist ein akuter Engpass in der operativen Effizienz.“

01 Umgang mit Duplikaten

[PRÜFEN](#)

Eine hohe Zahl doppelter Accounts und Kontakte führt zu zersplitterter Kundenbetreuung und falschen Gebietszuordnungen.

UMSATZRISIKEN

- Ungenauer TAM, ungenauer Forecast.
- Mehrere Reps sprechen denselben Account an.

STRATEGISCHE EMPFEHLUNGEN

- Automatisierte Matching-Regeln über Objekte hinweg einführen.
- Deduplizierungs-Tools von Drittanbietern testen.

02 Attribution der Marketing-Quellen

[PRÜFEN](#)

Ohne striktes UTM-Tracking und ohne Vererbung der Lead Source landen 40 % der Leads auf „Unknown“.

UMSATZRISIKEN

- Marketing-Budget wird falsch verteilt.
- Der Marketing-ROI lässt sich nicht belegen.

STRATEGISCHE EMPFEHLUNGEN

- UTM-Parameter über Kampagnenregeln erzwingen.
- „First Touch“-Logik in Salesforce bauen.

03 Verfall der Kontaktdaten

[PRÜFEN](#)

Geschätzt 30 % der Kontaktdaten sind durch Jobwechsel veraltet und bremsen die Ansprache durch die SDRs.

UMSATZRISIKEN

- Hohe Bounce-Raten schaden der Zustellbarkeit.
- Vertriebszeit versickert in toten Datensätzen.

STRATEGISCHE EMPFEHLUNGEN

- Datenanreicherung in Echtzeit anbinden.
- Logik für ein „Zuletzt geprüft“-Datum ausrollen.



Bereit, eure **Daten** zu einem strategischen Asset zu machen?

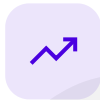
Schlechte Daten sind nicht nur ein technisches Problem, sie bremsen euren Umsatz massiv. Wir bringen das systematisch in Ordnung, damit eure Teams sich aufs Wachstum konzentrieren können.



Datenanreicherung

Automatisierte Anreicherung, die Entscheider verifiziert, Positionen aktualisiert und Durchwahlnummern liefert.

FÜR VP SALES



Attribution aufräumen

Full-Funnel-Modelle, die endlich genau zeigen, welche Kampagnen gewonnenen Umsatz bringen.

FÜR VP MARKETING



Strategische Deduplizierung

Räumt TAM und Kundenhistorie mit eigener Fuzzy-Matching-Logik auf, für eine einzige Source of Truth.

FÜR CRO

Bringen wir diese Datenprobleme gemeinsam in Ordnung.

Meldet euch, dann setzen wir eure Session zur Datenstrategie auf.

🌐 apx-revops.com

✉ support@apx-revops.com

☎ +49 402 2632 0690