

Das Netzwerk wird zur Schaltzentrale

Wer **Entscheidungsträger** im Firmenkundengeschäft nicht direkt kennt, fragt sich: Kennt man jemanden, der sie kennt?

MATTHIAS NIKLOWITZ

Persönliche Beziehungen sind im B2B-Geschäft von elementarer Bedeutung. Eine enge Kundenbeziehung beeinflusst massgeblich die Loyalität und stellt einen entscheidenden Wettbewerbsfaktor dar. Herkömmliche Vorgehensweisen, die sich auf konventionelle Kundendatenbanken abstützen, gelangen rasch an ihre Grenzen, wenn es darum geht, Beziehungsstärken zu verstehen und den Zugang zu Entscheidungsträgern als Türöffner aufzubauen.

«Im Rahmen der Customer-First-Strategie innerhalb von Swiss Re Corporate Solutions hatten wir die Vision, unsere Bestandskundendaten mittels innovativer Technologien in ein dynamisches Beziehungsnetzwerk zu transformieren», beschreibt Tobias Maeder, Digital Transformation Leader bei Swiss Re Corporate Solutions, den Ausgangspunkt. Als Basis hierfür wurden Interaktionsmetadaten –

beispielsweise generiert durch E-Mails – als Basis für die automatische Visualisierung aller Kundeninteraktionen in einer Netzwerkstruktur genutzt.

«Diese Form des ‹Wer kommuniziert mit wem› führt zu voller Transparenz des bestehenden Beziehungsnetzwerks. Als nächster Entwicklungsschritt des Beziehungsnetzwerks stand die Frage der Einbindung von Wirtschafts-, Vereinigungs- und Handelsregisterdaten, die als Quelle für die Generierung neuer Zielkontakte dienen können», sagt Tobias Maeder.

Der Wert ist kontextabhängig

Eine Lösung für diese Herausforderung wird in Zusammenarbeit mit den Firmen Palturai und Iskander Business Partner entwickelt. Bestehende Kundendaten können mit öffentlich verfügbaren Informationen, zum Beispiel aus Handelsregistern, angereichert werden, um zusätzliche Verbindungen zu identifizieren, welche in «Zielkontakte» und «Vermittler» unterschieden werden können. Dadurch wird das Netzwerk effektiv erweitert.

«Palturai visualisiert mithilfe der innovativen Graphen-Technologie Beziehungen von Kunden und Geschäftspart-

nern in ihren jeweiligen Ökosystemen», beschreibt Martin Rossak, Vice President Sales bei Palturai, das Vorgehen. «In unserem Businessgraph befinden sich bereits mehr als eine Milliarde Knoten und Verbindungen. Durch intelligentes Matching mit ihren eigenen CRM-Daten

Kundenbeziehung: Ihr Wert ist unternehmensspezifisch und kontextabhängig.

erkennen die Kunden bislang unbekannte Verbindungen und Verflechtungen von Geschäftspartnern.»

Daraus ergeben sich für viele Geschäftsbereiche wie Sales & Marketing, Compliance oder auch Risk & Fraud zahlreiche Anwendungsfelder und Erkenntnisse, die einen grossen Wert für die Unternehmenssteuerung darstellen, so Wolfgang Schuster, CEO und Partner der auf datengetriebenes Marketing und Kundenmanagement spezialisierten Schweizer Tochter von Iskander Business Partner.

Palturai bezieht Daten zu Firmen und registrierten Personen tagesaktuell und datenschutzkonform aus öffentlich zu-

gänglichen Datenquellen wie beispielsweise Handelsregistern, Geschäftsberichten, Ratings, Parteiverzeichnissen und Handelskammern. Die Einträge sämtlicher registrierter Entscheidungsträger sind mit ihrer offiziellen Rolle hinterlegt, beispielsweise als Geschäftsführer, Prokurist, Verwaltungsrat, Vorstandsmitglied, Mitglied des Parlaments und so weiter.

Ein von Palturai selbst entwickelter Algorithmus, der beispielsweise berücksichtigt, wie lange zwei Personen im selben Unternehmen und in derselben Organisationseinheit gearbeitet haben oder zusammen in einem Verwaltungsrat waren, berechnet laut Rossak mit sehr grosser Treffsicherheit, wie hoch die Wahrscheinlichkeit ist, dass sich zwei Personen sehr gut kennen.

Der Nutzen für Swiss Re

«Der Wert einer Kundenbeziehung ist immer unternehmensspezifisch und kontextabhängig», erklärt Schuster. Für Wealth-Management-Teams sind Personen mit vielen Beteiligungen interessant. Für die Executive Search kann eine Bewerberin oder ein Bewerber mit einem guten Beziehungsnetzwerk zu potenziellen Kundinnen und Kunden und ohne

Verbindungen zu Unternehmen, die zu Interessenkonflikten führen könnten, den grössten Wert haben.

«Diese Verwendung der unterschiedlichen Netzwerkdimensionen von Palturai und Swiss Re Corporate Solutions stellt eine neue Form von Netzwerkintelligenz dar», sagt Maeder. «Die erweiterte Netzwerktechnologie unterstützt eine datengesteuerte Entscheidungsfindung und wirkt sich nachhaltig auf die Generierung von Neugeschäft aus.» Zugleich würde die Technologie einen besseren Informationsfluss im gesamten Unternehmen ermöglichen.

«Die Devise lautet, alle Mitarbeitenden – unter Berücksichtigung rechtlicher und regulatorischer Vorgaben hinsichtlich des Datenschutzes – mit funktionsübergreifenden Informationen zu versorgen», sagt Maeder.

«Das Netzwerk fungiert als Schaltzentrale für Customer-Relationship-Management-Lösungen und ermöglicht das Orchestrieren von kundenrelevanten Inhalten sowie die zielgerichtete Auswahl von Kontakten für digitale Marketingkampagnen», beschreibt Paul Fitzgerald, Global Distribution Management Leader bei Swiss Re Corporate Solutions, den erweiterten Nutzen.