

## Curățare și standardizare de adrese pentru România

10 Jun. 2013 - Adaugat de Dali Dinu



### Despre ce este vorba?

Imediat ce organizațiile adoptă CRM și tehnologii de Data warehousing, trebuie să pună, de asemenea, în funcțiune, o strategie de asigurare a calității datelor. Compania, în general, și Marketing-ul, în special, trebuie să devină, din ce în ce mai mult, condus de date. Dacă nu există o preocupare în guvernarea în special a **calității datelor de adresă**, foarte repede acestea pot genera breșe în desfășurarea activităților cheie.

O strategie de asigurare a calității datelor ajută la identificarea rolului fiecărei funcții și nivel al managementului în respectarea legislației și a codurilor de bună practică; există un real pericol pentru companii în cazul în care acestea nu sunt urmate corespunzător. Mai mult decât atât, folosind date de adrese incorecte, învechite sau incomplete – sau doar neavând adrese corecte deloc – se pot submina toate eforturile puse în construirea unor relații pozitive cu clienții existenți sau viitori.

*Geo Strategies* a dezvoltat și promovează SMARTaddress ([www.geo-address.com](http://www.geo-address.com)), un sistem/serviciu complex de structurare, curățare și geocodare a adreselor pentru România.

Acesta este alimentat cu cea mai cuprinzătoare bază de date de locații, compilată și actualizată de companie de-a lungul celor 20 de ani de activitate în România. Aceasta include nume de locuri și localități, peste 700.000 de locații de companii, obiective turistice și alte puncte de interes pentru România, împreună cu peste 130.000 de nume de străzi – toate scrise corect și cu diacritice adăugate. Mai important, sistemul operează un *parser* care înglobează reguli bazate pe algoritmi special dezvoltați pentru fonetica și sintaxa limbii române, susținute de o bază de date secundară de peste 3 milioane variante – abrevieri, nume locale (nume neoficiale folosite local) și nume vechi ale adreselor.

### Funcțiile individuale ale sistemului sunt următoarele:

- *Curățare adrese*

Identificarea componentelor individuale ale adreselor (județ, comună, localitate, tip stradă, nume stradă etc.).

- *Standardizare adrese*

Corectarea greșelilor de scriere, adăugarea de diacritice, standardizarea numelor abreviate, înlocuirea denumirilor vechi cu cele noi etc.

- *Alocare de cod poștal*

Alocarea codurilor poștale corecte cu 6-digit, de la Poșta Română

- ***Geocodare***

Alocarea de coordonate geografice Latitudine/Longitudine adreselor (sistem de proiecție WGS-84).

**SMARTaddress** poate procesa baze de date de până la 5M înregistrări, cu rate de succes variind între 75% și 99%, în funcție de calitatea datelor de intrare. Rata de succes tipică pentru bazele de date românești (care de cele mai multe ori nu sunt ideale) este de aproximativ 85%; de aceea Geo Strategies acordă o mare importanță colaborării cu clienții în vederea corectării erorilor majore din datele de adresă ale acestora.

Este uzuală procesarea unor fișiere test cu, de exemplu, 5.000 de înregistrări (10.000 în cazul bazelor de date foarte mari) în vederea estimării potențialului ratei de succes pentru întreaga bază de date. Serviciile de procesare de adrese sunt disponibile în următoarele patru moduri diferite:

- ***Aplicație pentru Excel***

Un Tab (buton) în Excel permite accesul direct la un server central. Acest instrument este ideal pentru bazele de date mici, de până la 5.000 de înregistrări.

- ***Soluție Cloud***

Serverul central este accesat direct prin Internet. Această modalitate este ideală în cazul bazelor de date mari.

- ***API***

SMARTaddress poate fi accesat prin Internet cu ajutorul unui sistem SOAP compatibil API, de exemplu ca interfață directă a unui CRM. Ca și serviciu, Serviciile de procesare adrese (incluzând de-duplicare) sunt contractate, ca alternativă, direct cu Geo Strategies pentru cei ce doresc o soluție “la cheie”. Clienților, adițional, li se returnează un Raport care să-i ajute să-și îmbunătățească procesele interne de colectare și întreținere a bazelor de date de adrese pe viitor.

- ***Adresele curățate și standardizate pot fi livrate în multiple formate și structuri.***

### **Cui i se adresează?**

Datele necurățate generează costuri la multe niveluri. Există o recunoaștere în industrie conform căreia se estimează un cost de un dolar (\$1) pentru a corecta o adresă greșită la momentul intrării ei în baza de date, \$10 pentru a remedia problema mai târziu și \$100 dacă i se permite acelei adrese incorecte să rămână astfel de-a lungul timpului. Dacă multiplicăm cei 1-10-100 dolari cu sute de mii sau chiar milioane de adrese, devine cu atât mai evident cât de rapid se multiplică aceste costuri.

### **Cine suferă din cauza adreselor?**

1. **Departamentele IT** sunt de obicei copleșite de sarcina de reunire a bazelor de date financiare și operaționale din cadrul organizației. Cererile clienților și ale departamentelor de marketing vor fi jos pe lista lor de priorități, preocuparea managerilor din IT fiind, mai degrabă, de a **reduce supraîncărcarea și de a promova eficiența**.

### **Există beneficii ale folosirii SMARTaddress pentru IT?**

Cu siguranță! SMARTaddress poate fi accesat în variate moduri:

a) Ca și client local, folosind o aplicație dezvoltată pentru Excel, cu acces la un server central.

Nu necesită investiții costisitoare în servere și infrastructură, deci costurile sunt incrementale, de exemplu, pe înregistrare procesată. Această soluție este recomandată pentru seturi de date mici și pentru întreținerea și geocodarea adreselor curente.

b) De asemenea, SMARTaddress suportă accesarea flexibilă ca SaaS (Software-as-a-Service), așadar ca soluție Cloud: este un sistem potrivit în mod special bazelor de date mari (între 5.000 și 500.000 înregistrări).

c) Ca și API, sistemul este disponibil pentru integratori, care ar putea dori să stabilească o conexiune directă din – și înspre – sistemele lor CRM și/sau data warehouse.

d) Totodată, Geo Strategies oferă servicii de curățare, standardizare și geocodare de adrese, acestea în special fiind potrivite acelor organizații care necesită revizuirea și auditarea bazelor de date cu adrese. Acest serviciu constă într-o verificare completă a calității datelor, oferă un raport asupra erorilor și în plus, include recomandări pentru optimizarea procedurilor de managementul datelor.

Beneficii similare se aplică **Integratorilor**, care foarte des întâmpină insatisfacția clienților finali după implementarea de noi tehnologii, ca rezultat mai degrabă al slabei calități a datelor decât al tehnologiilor puse în funcțiune de integrator.

2. Provocarea **managerilor CRM** este de a face CRM-ul să evolueze de la statutul de ‘sistem de stocare de date’ la acela de instrument eficient în managementul clienților. Managerul CRM trebuie să aducă valoare în procesul luării deciziilor la nivel de companie, obiectiv care se poate atinge cu ajutorul datelor de adresă curățate și geocodate. În special este cunoscut faptul că executivii cu attribute decizionale (membrii ai Board-ului și, în special, managerii din Marketing) apreciază tot mai mult beneficiile cunoașterii precise a locației clienților lor și a distanței maxime pe care sunt aceștia dispuși să călătorească pentru a cumpăra bunuri și servicii.

McKinsey, Gartner și alții, cu toții sunt de acord că peste 85% din date conțin un element de locație, iar SMARTaddress oferă acces la această informație. ***Location is king!***

### **Ce valoare poate aduce SMARTaddress la CRM?**

Datele curățate și geocodate susțin funcționarea și maparea proceselor interne, începând de la activitatea departamentelor de Call Center până la ale acelor care se ocupă cu căutarea de locații. Ajută la vizualizarea într-o singură reprezentare geografică a întregului business ‘așa cum e’ și, de asemenea, a datelor referitoare la oportunitățile pieței. Poate integra CRM-ul cu

Internetul, în vederea auto-promovării companiei. Beneficiile analitice sunt similare: de exemplu, o aplicație cu rol important în optimizarea de retail se bazează pe calcularea distanțelor de la sediile oricărei companii la un POS, la locațiile competiției sau până la locațiile clienților săi.

3. **Managerul de Marketing** este, destul de frecvent, inhibat de tehnologie. Totuși, are nevoie de acces ușor la ‘vederea unică asupra clientului’ (single view of customers sau SCV) pentru a putea genera idei, propuneri coerente de dezvoltare și comunicare.

Știind unde locuiesc clienții săi (putându-i vedea ca puncte pe o hartă), poate genera idei cu impact uriaș, deoarece, așa cum spune proverbul “cei care se aseamănă se adună”, oameni cu tipologii similare tind să formeze grupuri sau clustere, ușor de văzut în Pantelimon, Băneasa sau Snagov. SMARTaddress face posibilă această abilitate de inteligență spațială.

### **Ce poate face SMARTaddress pentru un Marketing Manager?**

Îi face viața mai ușoară operând cu muniți de baze de date pe care nu trebuie să fie tot timpul accesibile doar IT-ului sau prin IT. Odată adresele de client corectate și geocodate, datele pot fi segmentate, mapate și îmbogățite cu informații adiționale legate de adrese. Puterea adresei (locației) stă în faptul că permite relaționarea între toate celelalte date din surse interne și externe. Mai mult chiar, susține implicarea Marketing-ului în analize critice și în luarea de decizii și sprijină Marketingul în provocarea IT-ului de a înțelege importanța pregătirii în anumite selecții și formate a volumelor mari de date pe care le stochează central.

**Analiștii de date** au nevoie de informația de locație pentru a fi în măsură să răspundă mai departe nevoii crescute de informație a membrilor din Board. GIS-ul a devenit relativ uzual în organizațiile mai mari, dar toate hărțile din lume se dovedesc nefolositoare dacă sunt lipsite de informație reală de business. Din nou, SMARTaddress poate oferi geocodarea ca suport pentru bogăția de alte informații, dezvăluind astfel potențialul imens al bazelor de date de adrese.

*“Problemele datelor de adresă influențează performanța companiilor în multiple moduri: costul adreselor greșite sau nefolositoare este mare datorită faptului că acestea duc la duplicate în comunicare, segmentare incorectă, pierdere de oportunități prin faptul că devine imposibilă ‘vederea unică asupra clientului’, servicii slab calitative, decizii neinformate. SMARTaddress este operational, un instrument puternic care transformă adrese incorecte în informații bune și valoroase pentru fiecare organizație care deține și întreține baze de date de adrese românești”, afirmă Daniela Florea, CEO Geo Strategies Ltd.*