



Informatica™

3 façons d'évaluer la qualité des adresses

Créer des données postales fiables

Sommaire

Que faisons-nous de travers ?	03	La mesure d'une grande marque	15
Pourquoi la qualité des adresses est importante	05	À lire pour en savoir plus	17
À quoi ressemblent des données postales	08	À propos d'Informatica®	18
– Exactitude	09		
– Normalisation	10		
3 mesures de la qualité des adresses postales	11		
– 1. Mesurer vos retours dus à des erreurs d'adresse	12		
– 2. Mesurer les données	13		
– 3. Mesurer vos outils	14		

Conseil : cliquez sur un titre pour atteindre directement la section.



Que faisons-nous de travers ?

Ce problème est alarmant pour plusieurs raisons – principalement parce que des adresses de mauvaise qualité nuisent à la fois à l'image de la marque et à ses résultats. Mais le plus alarmant, c'est que de nombreuses sociétés ne comprennent pas la portée et l'impact du problème.

Les entreprises réalisent généralement que leurs données postales sont de mauvaise qualité lorsque le mal est déjà fait et que leurs clients sont furieux. C'est pourquoi il est si curieux que personne n'ait jamais tenté de mesurer l'ampleur du problème avant.

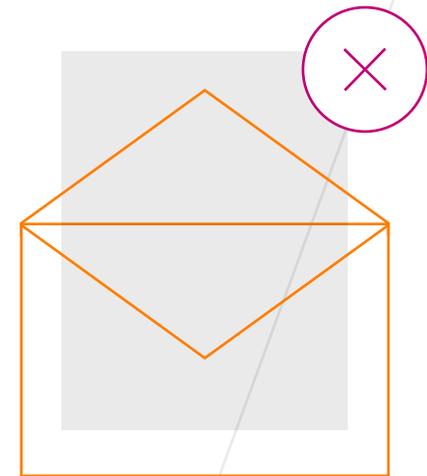
En fait, la plupart des sociétés pensent qu'il est tout simplement trop difficile d'évaluer la qualité des adresses. C'est la raison pour laquelle la plupart des sociétés ne savent toujours pas que leurs résultats sont truffés de données clients manquantes. Et si vous ne savez pas combien de clients sont concernés, il vous est impossible de déterminer l'urgence du problème.

Au-delà des implications de mauvaises données postales sur le service client, il existe également des incidences plus générales sur l'ensemble des stratégies de données et des initiatives de Business Intelligence. Et ce, parce que les adresses sont un composant clé de l'identité.

En résumé : la qualité des adresses est importante.

Dans cet eBook, nous détaillons 3 méthodes pour mesurer la qualité de vos données postales et dissiper cette ambiguïté pernicieuse qui laisse à penser qu'il s'agit d'une mission impossible.

Car c'est uniquement après avoir pris la mesure de l'ampleur du problème que vous pourrez réellement prendre les mesures nécessaires.



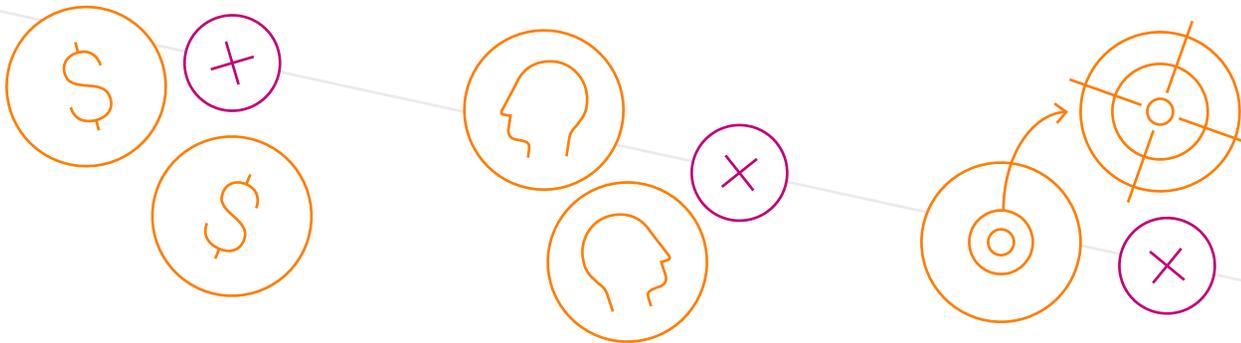
Pourquoi la qualité des adresses est importante

Et pourquoi des données postales de mauvaise qualité peuvent avoir un coût impardonnable.

Les données postales sont uniques car elles reflètent la vie réelle de vos clients. Par conséquent, lorsqu'il existe une erreur et que vos clients ne reçoivent pas les factures/contrats/produits que vous aviez promis de leur envoyer, leur mécontentement génère des coûts réels et concrets que votre entreprise doit supporter.



Pourquoi la qualité des adresses est importante



Cela vous coûte de l'argent

Vous devez payer pour que votre service retours traite une demande qui aurait pu être évitée, ainsi qu'une nouvelle livraison. Et entre ces deux événements, vous payez pour que les agents de service de votre client traitent un problème qu'ils ne peuvent gérer en interne. Tout ceci est onéreux si vous êtes implanté dans le pays – mais devient démesuré si votre entreprise est à l'international.

Cela vous coûte des clients

De mauvaises données postales vous font payer le prix fort, à savoir la déception de vos clients. Pour un client, une livraison rapide est la promesse la plus simple que peut faire une marque. Alors, lorsque celle-ci n'est pas tenue, le client ne croit plus aux autres efforts de la marque. Lorsqu'un client se sent méprisé, il se souviendra pendant longtemps que vous l'avez laissé tomber.

Cela vous coûte d'un point de vue stratégique

Les numéros de téléphone et les adresses e-mail sont des indicateurs numériques transférables et très facilement modifiables. Puisque ces données représentent la réalité physique de vos clients, elles servent de base à vos données de référence clients.

A photograph of a pharmacy counter. In the foreground, a clear plastic pill bottle with an orange cap is filled with white and pink tablets. The background is blurred, showing a hand holding a credit card, various medicine bottles, and a clipboard with a pen.

Si un médecin doit savoir qui de Rob ou de Bob est allergique à la pénicilline, la démarche est plus simple si son système d'ID client relie le dossier du patient à des données postales précises.

À quoi ressemblent des données postales

La qualité est une notion subjective.

Par conséquent, les critères que vous fixez pour la qualité des adresses doivent correspondre aux objectifs de votre entreprise. Plus important encore, la méthode de collecte et de conservation de ces données doit correspondre au mode de fonctionnement de vos équipes. Ceci dit, il existe certains critères de la qualité des données postales qu'aucune entreprise internationale ne peut se permettre d'ignorer.

Exactitude

Naturellement, le premier critère qui permet de savoir si une adresse postale est précise est de savoir si le client vit ou travaille réellement à cette adresse. Mais en matière de qualité des données, tous les champs obligatoires des adresses doivent également être renseignés et précis.

Global

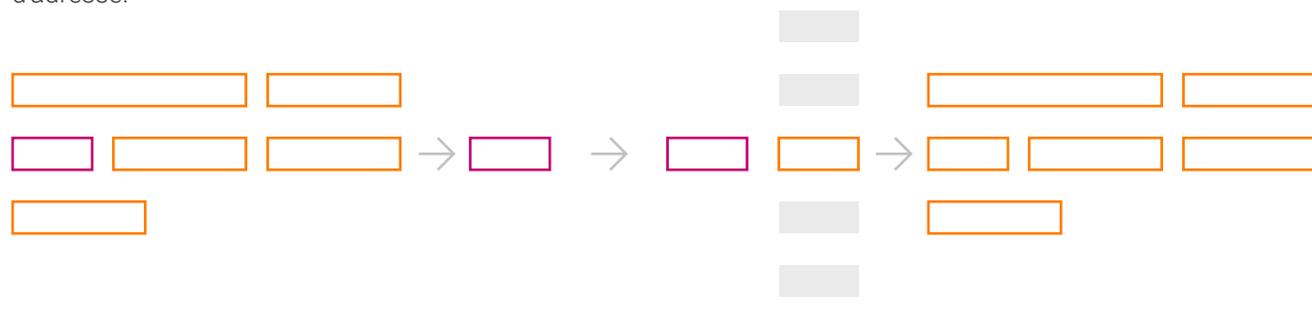
L'exactitude d'une adresse dans un pays est relativement simple. Si plusieurs pays sont concernés, cela décuple les difficultés (tous les services postaux nationaux ne sont pas forcément équivalents). Vos normes de qualité des données doivent s'appliquer à l'infrastructure postale de chaque pays, quelles que soient leurs conventions – ce qui implique différents alphabets et différentes hiérarchies de format d'adresse.

Diagram illustrating a failed address validation process. It shows a sequence of input fields: a long orange box, a short orange box, a purple box, a long orange box, and another long orange box. Arrows point from these fields to a purple box, which then points to a purple box and an orange box. This sequence leads to a 'Faux' (False) result, indicated by a red 'X' icon.

⊗ Faux

Mise à jour

Les données postales qui pouvaient être précises en 2017 peuvent ne plus l'être. Si vos clients déménagent ou que les villes changent le nom des rues, votre base de données doit être mise à jour pour refléter ces nouvelles informations.



☰ Validation

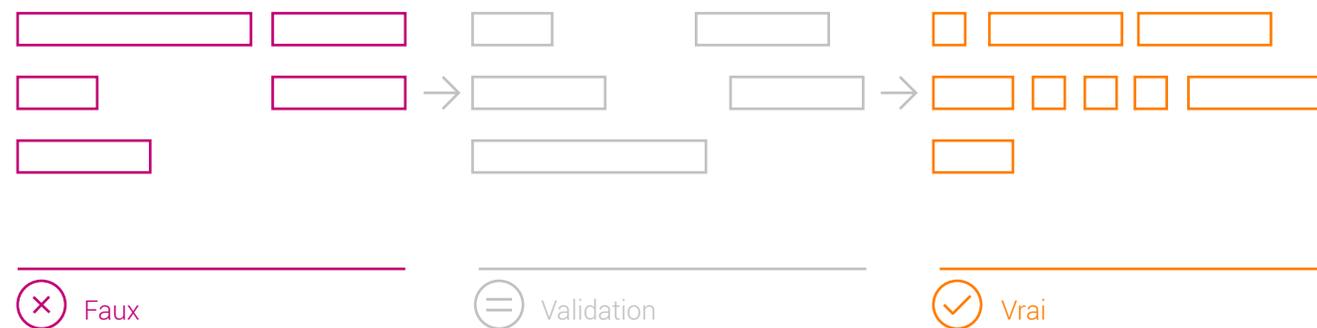
☑ Vrai

Normalisation

L'architecture de données de votre entreprise est elle aussi une source de subjectivité qui influence la qualité de vos données. Même les données les plus précises ne sont d'aucune valeur pour vos équipes si elles ne sont pas normalisées avant d'être intégrées à votre base de données.

De plus, cela signifie que vos données postales doivent être normalisées afin de correspondre aux normes postales nationales de tous les pays dans lesquels vous intervenez – tout en veillant à ce qu'elles s'adaptent les unes aux autres. C'est-à-dire que vos données postales turques doivent coexister sans difficulté avec vos données postales japonaises.

En d'autres termes, les adresses doivent être conformes aux normes postales locales, qui doivent être conformes à votre architecture de données, qui doit être conforme à vos standards de qualité des données. (Eh oui, si c'était simple, tout le monde le ferait.)



3 mesures de la qualité des adresses postales

La qualité des adresses est donc une notion complexe.

Mais les démarches à entreprendre pour l'évaluer peuvent être simples. Si vous refaites le parcours allant de la saisie des données à la livraison problématique, vous pourrez identifier toutes les instances dans lesquelles les données postales sont traitées au sein de votre entreprise. Mesurez ces instances et vous obtiendrez une mesure de la qualité.

Mesurer vos retours dus à des erreurs d'adresse



Le premier signe de qualité des données postales est simple : sur une période donnée, comptez le nombre total de retours que votre société doit traiter. Chaque fois qu'un colis ou un courrier est retourné en raison d'une adresse erronée, consignez le fait.

À la fin de la période donnée, comparez le nombre de retours liés aux adresses par rapport au nombre total de retours. Vous aurez ainsi une idée de la fréquence à laquelle les données postales engendrent des retours qui auraient pu être évités.

À partir de là, vous pouvez multiplier le coût moyen d'un retour (et d'une réexpédition) afin d'estimer le coût de ces mauvaises données postales pour votre entreprise.

Indicateur clé

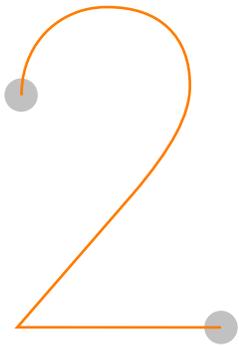
BARR (Bad Address Returns Rate - Taux de retours dus à une adresse erronée) : retours dus à des adresses erronées sur une période donnée / total des retours sur cette même période x 100.

Calculez votre BARR de manière à constater sa diminution dans le temps.

BARRx100



Mesurer les données



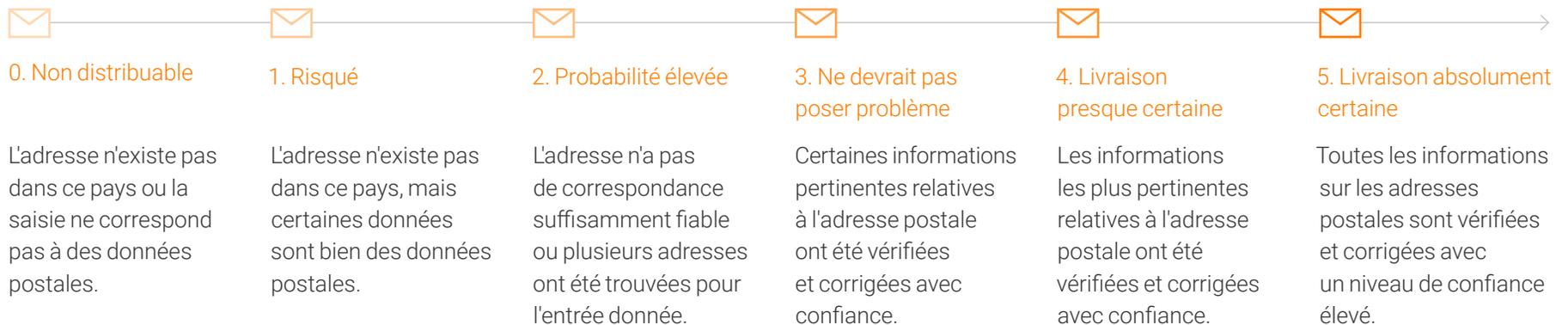
Le seul problème avec la mesure des retours liés aux adresses est que le mal est déjà fait. À partir du moment où les retours sont traités, vos clients sont déjà contrariés.

Une approche plus proactive consiste à mesurer les données elles-mêmes. Pour évaluer la qualité de vos données, l'idéal serait d'utiliser une échelle d'« envoyabilité ». De cette manière, vous pouvez prendre en compte les données qui sont déjà parfaites, les données complètement incorrectes ainsi que toutes les nuances entre ces deux notions.

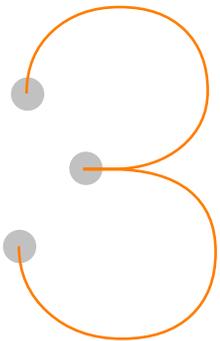
Voici comment procéder

Entrez un lot de données dans n'importe quelle solution Informatica de vérification des adresses (par exemple, Informatica Data Quality, Address Verification ou Informatica Cloud Data Quality Radar) et observez sa position sur cette échelle.

Échelle d'envoyabilité



Mesurer vos outils



Rien ne nuit davantage à votre base de données que des outils médiocres de vérification des adresses postales. Non seulement ils ne parviennent pas à corriger les problèmes pour lesquels ils sont utilisés, mais ils donnent à vos équipes une fausse sensation de sécurité selon laquelle vos données ont bien été nettoyées. Par conséquent, si vous souhaitez mesurer la qualité de vos données, vous devez également évaluer vos outils.

Voici comment procéder

Prenez un lot d'adresses postales confirmées comme étant précises dans votre base de données globale. N'autorisez aucune adresse à laquelle vous n'auriez pas effectué de livraison.

Manipulez un certain nombre de ces adresses en entrant des erreurs. Supprimez les pays, modifiez les codes postaux, introduisez des fautes d'orthographe dans les noms de rue et changez l'ordre des données. Ce chemin pour mesurer la qualité des données est pavé de données de qualité intentionnellement faible.

Entrez le lot modifié d'adresses dans votre outil de vérification des adresses et appliquez les résultats à l'« échelle d'envoyabilité ».

Vous pourrez alors voir le nombre d'erreurs que l'outil a su détecter. Si le résultat ne vous convient pas, répétez les mêmes étapes dans un autre outil de vérification des adresses et comparez. (Il va sans dire que nous conseillons cette comparaison.)

La mesure d'une grande marque

Lorsque l'on parle de la qualité des adresses, le fait de ne pas s'en soucier ne signifie pas que l'on n'y pense plus. Cette insouciance peut surtout avoir de gros impacts financiers.

Et compte tenu du temps, de l'argent et des efforts que vous avez placés dans votre marque, il serait regrettable de chuter à la dernière marche.



La mesure d'une grande marque



Le déplacement des données au cœur de l'entreprise doit clairement être accompagné d'une grande gouvernance, et toute l'entreprise doit participer à cette démarche en vue d'obtenir les standards les plus élevés de qualité des données. Après tout, une entreprise ne peut tirer parti de données que si elles sont fiables et pertinentes.

En définissant la qualité des données postales pour votre entreprise à la fois en termes généraux et spécifiques, vous définirez les standards en lesquels vos clients croiront.

Plus important encore, en mesurant l'état de votre base de données postales, vous pourrez créer un certain élan et vous permettrez à votre marque de commencer à entreprendre ce que ses clients attendent d'elle.

En voyant les résultats, si la vision d'horreur ne suffit pas, la perspective d'amélioration des standards de qualité devrait finir de vous persuader.

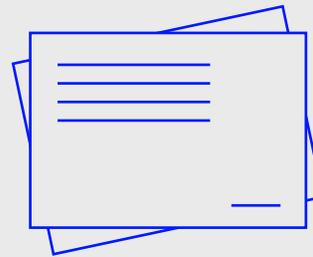
À lire pour en savoir plus

Le coût des données personnelles de mauvaise qualité : comment définir et présenter le problème.

Vous êtes prêt à créer votre étude de cas pour obtenir de meilleures données personnelles ? Commencez par lire [Le coût des données personnelles de mauvaise qualité : comment définir et présenter le problème.](#)

Le guide décrit l'impact des adresses postales, adresses e-mail et numéros de téléphone de mauvaise qualité — et les avantages liés à des données de qualité — et propose des exercices pratiques pour vous aider à renforcer votre étude de cas.

Vous pouvez également visiter notre site pour en savoir plus sur [Informatica Address Verification.](#)



TÉLÉCHARGER MAINTENANT

À propos d'Informatica

La transformation digitale fait évoluer les attentes : service amélioré, livraisons plus rapides, à moindre coût.

Informatica se concentre à 100 % sur les données, car ce sont les données qui font tourner le monde. Les entreprises ont besoin de solutions de données pour le Cloud, les projets Big Data, le temps réel et les flux de données en continu. Informatica est le premier fournisseur mondial de solutions de gestion de données, que ce soit dans le Cloud, sur site ou dans les environnements hybrides.

Plus de 7 000 entreprises du monde entier font appel aux solutions de données d'Informatica.

Siège mondial

2100 Seaport Blvd, Redwood City, CA 94063, États-Unis

Téléphone : +33 1 42 04 89 00 (France)

Fax : +33 1 42 04 89 01 (France)

informatica.com/fr

linkedin.com/company/informatica

twitter.com/InformaticaFr

NOUS CONTACTER

IN18-1117-2678

© Copyright Informatica LLC 2014, 2017. Informatica, le logo Informatica, Informatica Cloud et Data Quality Radar sont des marques commerciales ou des marques déposées d'Informatica LLC aux États-Unis et dans d'autres pays. Les informations contenues dans ce document sont susceptibles d'être modifiées sans préavis. Elles sont fournies « telles quelles », sans aucune garantie d'aucune sorte, expresse ou implicite.



Informatica™