#Datenservices #Analyse #Printmailing #B2C

Verlorene Kunden D und AT reaktivieren

Aktuelle Kaufaktivität statt alter Kaufdaten

Neukundengewinnung wird aufwändiger und teurer. Gleichzeitig schlummert in vielen Unternehmen ein oft unterschätztes Potenzial: umfangreiche Bestände ehemaliger Kunden, die seit längerer Zeit nicht mehr gekauft haben. Hier stoßen klassische RFM-Modelle an ihre Grenzen, profitable Kampagnen werden schwieriger und selbst ein aufmerksamkeitsstarkes Printmailing erzielt nicht zwangsläufig die gewünschte Wirkung. Bleibt es also dabei: Je länger der letzte Kauf zurückliegt, desto unwahrscheinlicher wird die Rückgewinnung?

Gegenwart statt Vergangenheit bewerten

Gerade bei großen Beständen verlorener Kunden lohnt ein anderer Blick, denn auch in diesen Beständen steckt noch Potenzial. Um es zu erschließen, reicht die historische Kaufhistorie allein nicht aus. Entscheidend ist der Blick auf die Gegenwart: Ist der Kunde weiterhin kaufaktiv?

Das lässt sich mit einer Aktivitätsprüfung ermitteln. Sie zeigt dir, welche deiner verloren geglaubten Kunden in jüngerer Zeit noch Aktivitäten zeigen und wirtschaftlich aktiv sind. So kannst du große Altbestände differenzierter bewerten und Reaktivierungskampagnen gezielter planen.

So funktioniert die Aktivitätsprüfung:

1. Du stellst uns deinen Kundenbestand, dessen Reaktivierungspotenzial du prüfen möchtest, bereit.
2. Du erhältst ein Reporting zur letzten ermittelten Aktivität in Quartalsintervallen.
3. Du entscheidest, welche Kunden anhand ihrer Aktivität gekennzeichnet werden sollen, und erhältst den markierten Datenbestand zurück.
4. Du lässt an die ausgewählten Segmente ein Printmailing senden und vergleichst die Ergebnisse.
5. Die Erkenntnisse nutzt du zur Optimierung künftiger Reaktivierungskampagnen.

Weitere Informationen

Team Adressen

Dialoghaus
Beratungsgesellschaft für
Dialogkommunikation mbH
info@dialoghaus.com
www.dialoghaus.com

adressen@dialoghaus.com

Büro Hamburg
Borsteler Chaussee 111
22453 Hamburg
T 0 40 /46 88 58-0
F 0 40 /46 88 58-25

T 02173 / 8483-201

Büro Düsseldorf
Bahnhofstraße 39
40764 Langenfeld
T 0 21 73 /84 83-0
F 0 21 73 /84 83-2 22

W dialoghaus-adressen.de

© Dialoghaus GmbH

Deine Vorteile

+ gezieltere Ansprache: Du konzentrierst dein Budget auf die erfolgversprechendsten Kundensegmente.
+ weniger Streuverluste: Du kannst Auflage, Produktion und Porto punktgenauer einsetzen.
+ bessere Datenqualität: Die Qualität steigt immanent, dennoch empfehlen wir eine ergänzende Datenbereinigung.
+ messbare Ergebnisse: Du vergleichst Rücklauf und Umsatz nach Aktivitätssegmenten und optimierst deine Auswahl auf Basis eigener Kampagnendaten.

Interessiert?

Du hast größere Bestände ehemaliger Kunden in Deutschland und / oder Österreich? Lass uns prüfen, welche Segmente noch Kaufaktivität zeigen und sich für eine gezielte Reaktivierung eignen.

Weitere Informationen

Team Adressen

Dialoghaus
Beratungsgesellschaft für
Dialogkommunikation mbH
info@dialoghaus.com
www.dialoghaus.com

adressen@dialoghaus.com

Büro Hamburg
Borsteler Chaussee 111
22453 Hamburg
T 0 40 /46 88 58-0
F 0 40 /46 88 58-25

T 02173 / 8483-201

Büro Düsseldorf
Bahnhofstraße 39
40764 Langenfeld
T 0 21 73 /84 83-0
F 0 21 73 /84 83-2 22

W dialoghaus-adressen.de

© Dialoghaus GmbH