

ARBEITSHILFEN FÜR EIN ERFOLGREICHES FUNDRAISING

5.

„DER WEG ZURÜCK“

... wie Sie erfolversprechende Reaktivierungspotentiale ermitteln



Mehr als nur Adressen

Arnold, Demmerer & Partner
Gesellschaft für creatives Zielgruppenmarketing mbH

Zentrale Stuttgart
Mittlerer Pfad 26
70499 Stuttgart

Tel. +49 (0)711/8 87 13 – 0
Fax +49 (0)711/8 87 13 – 44

Niederlassung München
Bayerstraße 24
80335 München

Tel. +49 (0)89/66 60 91 – 12
Fax +49 (0)89/66 60 91 – 20



www.zielgruppenmarketing.de

In den Datenbanken der meisten Spendenorganisationen schlummern unterschiedlich grosse Volumen an inaktiven Spendern. Hierbei handelt es sich zum größten Teil um Spender, die einmal für einen bestimmten Anlass gespendet haben und dann nicht mehr – **die sogenannten Einmalspender.**

Die meisten Einmalspender werden bei Aufrufen zur Katastrophenhilfe (z.B. bei Naturkatastrophen wie dem Tsunami, Spenden-Galas etc.) gewonnen. Es sind Menschen, die spontan helfen wollen, bei denen der Spendenanlass, nicht aber die jeweilige Spendenorganisation im Vordergrund steht.

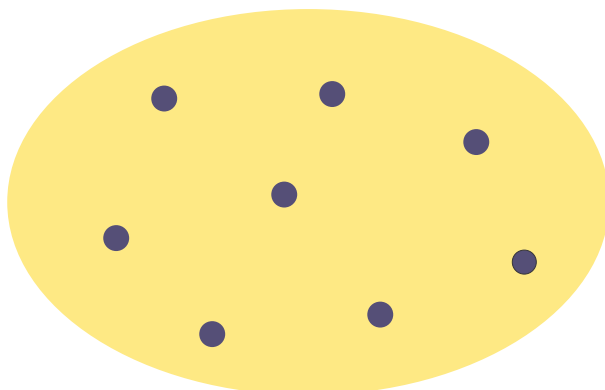
Diese Einmalspender werden in der Regel „gerne mitgenommen“. Sie bilden jedoch keine tragfähige Basis für mittel- und langfristig angelegte Hilfsprojekte.

Nutzen Sie bereits alle vorhandenen Möglichkeiten, um inaktive Spender zu reaktivieren?

Trotz mehrfacher Versuche diese Einmalspender in Mehrfachspender / Förderer umzuwandeln ist Ihnen dies bei einem großen Anteil nicht gelungen. Nach vielen Aktivierungsanstössen kommt dann schließlich der Zeitpunkt, an dem Sie Ihre Bemühungen einstellen müssen, weil sie sich einfach nicht mehr rechnen.

In der grossen Masse an inaktiven Einmalspendern gibt es jedoch immer noch Segmente, die sich profitabel reaktivieren lassen.

Wie können Sie also die profitablen Segmente identifizieren oder einfach ausgedrückt: wie trennen Sie die Spreu vom Weizen?



In der Masse steckt immer auch noch Klasse:

Die reaktivierungsfähigen Einmalspender!

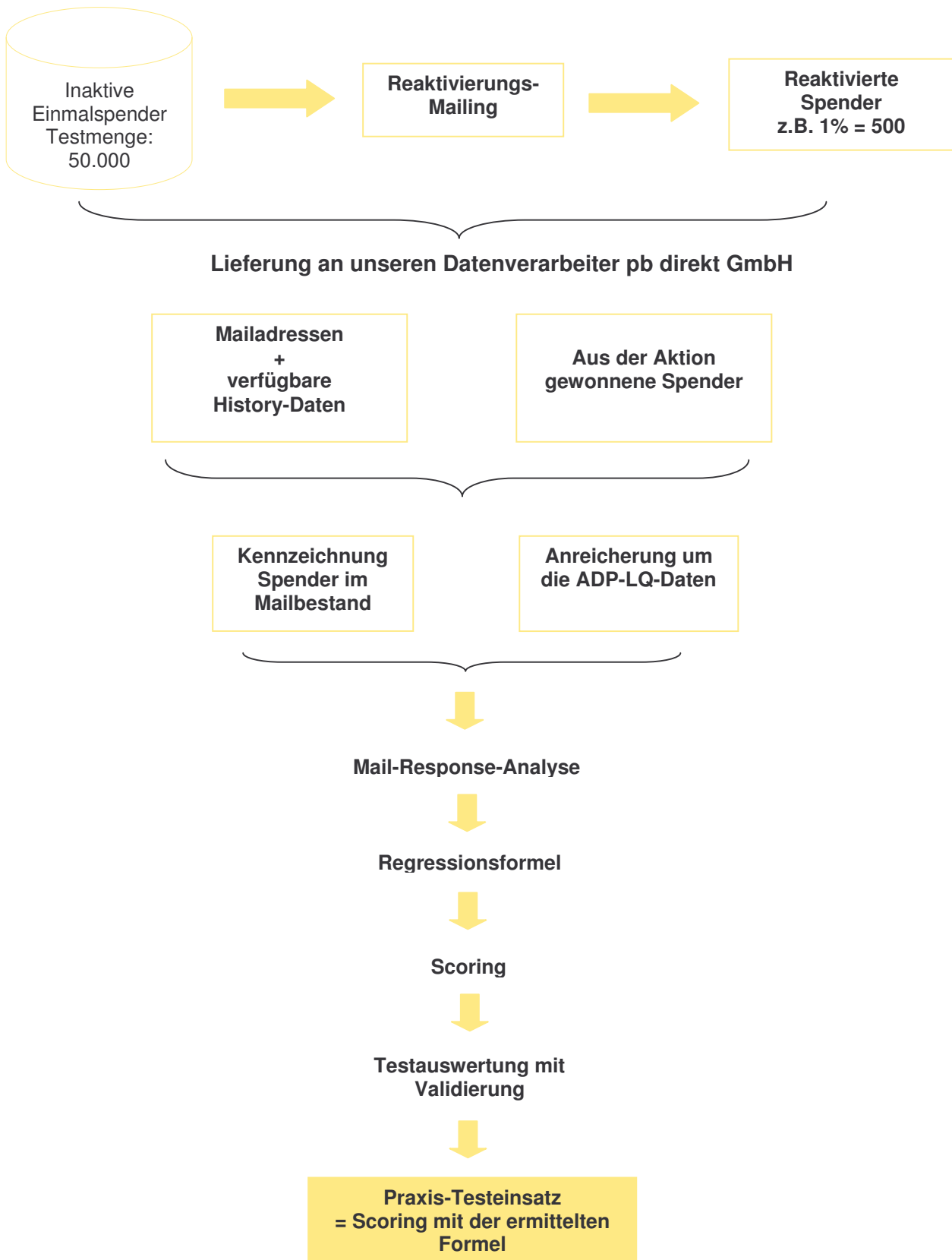
Für eine profitable Reaktivierung inaktiver Einmalspender benötigen Sie ausreichende Informationen!

Bei den inaktiven Einmalspendern stehen nur wenige Informationen zur Verfügung. Zur Durchführung einer sinnvollen Optimierung sind daher zusätzliche Informationen notwendig! Über unser mikrogeografisches LQ-System (Zellen- und Strassenebene) können weitere Daten angereichert werden:

Informationen über inaktive Spender	Datenanreicherung über LQ-System
GESCHLECHT	ALTERSWAHRSCHEINLICHKEIT
ANSCHRIFT	WOHNLAGE
DATUM ERSTSPENDE	HAUSTYP
SPENDENBETRAG	WERTETYOLOGIEN
ANLASS / AKTION	MAILINGAFFINITÄT
ZAHLUNGSART / WEG	SOZIO-ÖKONOMISCHER STATUS
NACHFASSAKTIONEN	u.v.a.
SONSTIGE	

Erst die Anreicherung mit wichtigen Zusatzinformationen schafft die Voraussetzung für eine effiziente Optimierung!

Was wird für eine Analyse benötigt?



Reaktivierung inaktiver Einmalspender

Die Optimierung von Einmalspendern, die seit längerer Zeit inaktiv sind, ist eine große Herausforderung, für die auch wir keine Erfolgsgarantie geben können.

Die Alternative wäre aber die Einstellung der Reaktivierungsbemühungen, wenn das Kosten-Nutzenverhältnis negativ wird.

Damit sollten Sie sich aber nicht zufrieden geben und unbedingt einen (oder noch einen weiteren) Analyse-Test durchführen.

Voraussetzungen für eine Analyse:

- Bestand inaktiver Spender \geq 100.000 Adressen
- Was als Erfolg zu bewerten ist, legen wir im Vorfeld gemeinsam fest
- Zusatzleistungen zur Aktualisierung des Bestandes – soweit erforderlich – sind nicht enthalten bzw. werden separat berechnet (Umzugsdatei, Nixie-Dateien etc.)

Reaktivierung inaktiver Mehrfachspender

Das gleiche Analysesystem, das für die Reaktivierung inaktiver Einmalspender verwendet wird, kann prinzipiell auch für die inaktiven Mehrfachspender verwendet werden.

Unterschied:

- mehr Daten
- Höhere Bindung an die Organisation

Der nächste Schritt

Rufen Sie uns an, damit wir gemeinsam mit Ihnen die Details klären können. Danach erstellen wir Ihnen gerne ein kostenloses, konkretes Angebot!

Für weitere Fragen und/oder ein persönliches Beratungsgespräch stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Ihre Ansprechpartner in Stuttgart:

Herr Klaus Arnold

Tel. 0711 / 8 87 13 - 11

Email: arnold@arnold-demmerer.de

Frau Anita Demmerer

Tel. 0711 / 8 87 13 - 10

Email: demmerer@arnold-demmerer.de

Herr Helmut Scheu

Tel. 0711 / 8 87 13 - 16

Email: scheu@arnold-demmerer.de

Frau Sarah Ehmann

Tel. 0711 / 8 87 13 - 15

Email: ehmann@arnold-demmerer.de

Frau Natascha Mahn

Tel. 0711 / 8 87 13 - 13

Email: mahn@arnold-demmerer.de

Ihre Ansprechpartner in Taufkirchen:

Herr Peer Buchholtz

Tel. 089 / 66 60 91-14

Email: buchholtz@arnold-demmerer.de

Frau Brigitte Schopf

Tel. 089 / 66 60 91-12

Email: schopf@arnold-demmerer.de

Zentrale:

Arnold, Demmerer & Partner

Gesellschaft für creatives Zielgruppenmarketing mbH
Mittlerer Pfad 26
D-70499 Stuttgart

Telefon: +49 (0)711 / 8 87 13 - 0

Fax: +49 (0)711 / 8 87 13 - 44

Niederlassung München:

Arnold, Demmerer & Partner

Gesellschaft für creatives Zielgruppenmarketing mbH
Bayerstr. 24
D-80335 München

Telefon: +49 (0)89 / 66 60 91-0

Fax: +49 (0)89 / 66 60 91-20

e-mail: post@arnold-demmerer.de

Web: www.zielgruppenmarketing.de

www.arnold-demmerer.de

Amtsgericht Stuttgart HRB 12468

Geschäftsführer: Klaus Arnold, Anita Demmerer, Peer Buchholtz

USt-ID: DE 147 797 164

Mitglied im DDV-Deutscher Dialogmarketing Verband e.V. mit dem DDV-Qualitäts- und Leistungssiegel Listbroking.

