

# Mundt Direkt. iB Scoring

## Unser B2B-Scoring: Einzigartig viele Merkmale. Deutlich höhere Response.

Unternehmen, die mit Mundt Direkt scoren, erzielen deutlich höhere Response-Werte. Haben Sie mit Scoring andere Erfahrungen gemacht? Mundt Direkt fordert deshalb kein blindes Vertrauen, sondern setzt auf überprüfbare Erfahrung.

**Die Güte unseres Scoring-Verfahrens können Sie bei B2B-Fremdlisten testen, ohne Risiko und kostenfrei.**

Erst wenn unsere validierten Scoring-Ergebnisse Sie überzeugen, kommen wir ins Geschäft.

**Was uns so sicher macht?** Die Praxiserfahrung unserer Kunden: Intelligentes Business-Scoring mit Mundt Direkt steigert Reagierer-Quoten um 10 bis 25 Prozent.

**Wie wir das erreichen?** Mit einer einmaligen Analyse-Methodik und dem Eingreifen von Scoring-Experten. Denn weder standardisierte Software noch herkömmliche Verfahren garantieren gute Resultate.

## 1.0 Innovatives Business-Scoring: Einmaliges Modell von Mundt Direkt

Das Scoring-Modell von Mundt Direkt für Firmenadressen ist branchenweit einzigartig.

**Denn Sie können damit Branchenadressen aus Datenbanken, Adressen aus B2B-Fremdlisten oder Bestandsadressen gleichermaßen erfolgreich scoren.**

In allen drei Fällen bildet der Zugriff auf mehrere Businessdatenbanken mit verschiedenen Score-Segmenten die Basis für unser Scoring-Modell – darunter eine der größten Firmen-Potkäuferdatenbanken mit über 2 Millionen Transaktionsdaten für die Referenzierung und Veredelung der eingesetzten Adressen.

Märkte sind Menschen.  
Markets mean People.

# Mundt Direkt.

## **Damit schließt Mundt Direkt als einziger deutscher Anbieter eine Lücke:**

Denn im B2B-Bereich stehen dem Scoring-Verfahren naturgemäß weniger Kundenmerkmale zur Verfügung als bei Privatpersonen. Statt aus einer Fülle an mikro- und makrogeografischen Variablen wird das zu bestimmende Kundenverhalten im B2B aus Merkmalen hergeleitet wie Branchencode, Gesellschaftsform, Mitarbeiterzahl und regionalen Wirtschaftsmerkmalen.

Unser B2B-Datenpool-Zugriff garantiert die notwendige Masse an substanziellen B2B-Merkmalen.

Gleichzeitig steuern unsere Scoring-Experten die Auswahl und Verknüpfung der Merkmale mittels komplexer Algorithmen in jedem einzelnen Prozessschritt.

## **Das Ergebnis: Eine ScoreCard, die Ihre B2B-Hauptzielgruppe eindeutig abbildet und entsprechende Steigerungen Ihrer Response realisiert.**

## **2.0 Auf einen Blick: Vorteile und Stärken des iB Scoring**

- **Wirtschaftliche Neukundengewinnung**

Das Scoring-Verfahren filtert aus neuen Fremddaten und Fremddaten-Selektionen die Adressen mit höchster Reaktions- und Kaufaffinität heraus. So erreichen Sie optimale Response-Ergebnisse im Sinne einer wirtschaftlichen Neukundengewinnung.

- **Responsesteigerung bei bewährten B- und C-Listen**

Mit Scoring filtern Sie ineffiziente Adressen aus B- und C-Listen heraus, damit auch diese Listen optimale Response-Quoten realisieren.

- **Erschließung von Datenbankadressen**

Viele Branchen und Berufsgruppen lassen sich nicht gezielt über Fremddaten generieren. Deshalb qualifizieren wir per Scoring Branchenadressen aus Datenbanken. Und Ihre Mailings werden noch treffsicherer.

- **Differenzierung von Ertragskunden und Risikokunden**

Mit Scoring können Sie nicht nur die reaktions- und kaufbereitesten Kunden aus externen und eigenen Adressen filtern. Sie erkennen auch Schlechtzahler und Kündiger und können diese bei zukünftigen Werbeaktionen gesondert bewerten und behandeln.

- **Wirtschaftliche Aktivierung von Interessenten und inaktiven Bestandskunden**

Mit Scoring erkennen und bewerben Sie nur diejenigen inaktiven B2B-Kunden und Interessenten aus Ihren Datenbeständen, die die höchste Wahrscheinlichkeit zur Umwandlung in einen Käufer aufweisen.

Märkte sind Menschen.  
Markets mean People.

# Mundt Direkt.

## 3.0 Scoring: Viele Variablen ergeben Ihr Kundenprofil



Das Konsumverhalten eines Menschen und damit das Profil Ihrer Zielgruppe, wird von verschiedenen Faktoren, so genannten trennscharfen Merkmalen bestimmt.

Im Scoring-Verfahren werden diese Merkmale zu einer ScoreCard verdichtet, mit der sich die Kaufwahrscheinlichkeit jeder einzelnen Adresse zuverlässig prognostizieren lässt.

Je mehr trennscharfe Merkmale vorliegen, umso treffsicherer ist die ScoreCard. Vorausgesetzt, die Merkmale werden sorgfältig ausgewählt und optimal verknüpft.

### Mundt Direkt hat Zugriff auf den größten B2B-Datenpool der Branche:

Flächendeckende Business-Datenbanken, umfangreiche Verlagsdatenbanken, Postkäufer-Datenbanken und bonitätsgeprüfte B2B-Datenbanken liefern uns die notwendige Menge an aussagekräftigen B2B-Merkmalen.

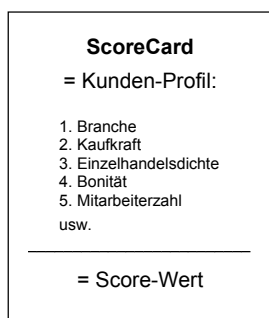
Zusätzlich nutzen wir eine mikrogeografische Datenbank. Hiermit können wertvolle Zusatzinformationen wie beispielsweise Kaufkraft, Einzelhandelsdichte und akademische Anteile verifiziert werden. Private Konsumaffinitäten können auch wichtige Negativinformationen für den B2B-Bereich darstellen.

### 1. Schritt: Ermittlung Ihres Kunden-Profiles = Erstellung der ScoreCard

Aus diesem Datenpool identifizieren wir zuerst die Merkmale, die das zu bestimmende Verhalten Ihrer (Ideal-)Kunden am stärksten beeinflussen (univariate Datenanalyse).

Diese Merkmale setzen unsere Scoring-Experten dann in Beziehung zueinander (multivariate Datenanalyse). Je nachdem, wie groß der jeweilige Einfluss eines Merkmals auf das Kaufverhalten ist, werden die Merkmale gewichtet und zu einer ScoreCard kombiniert.

Daten zum Konsumverhalten



### Scoring mit Mundt Direkt: Kombination der Analysen für optimale Response-Werte

Beim Aufbau einer ScoreCard wird üblicherweise zwischen zwei Analyseverfahren unterschieden:

Bei einer **Bestandsanalyse** werden die trennscharfen Merkmale aus dem Vergleich des aktiven Kundenbestandes eines Unternehmens mit einem Querschnitt aller Haushalte im Bundesgebiet gewonnen. Die Verknüpfung dieser Merkmale ergibt ein Kunden-Profil, das den aktiven Kunden eines Unternehmens abbildet.

Bei einer **Mail-Response-Analyse** werden die trennscharfen Merkmale aus dem Vergleich der Reagierer mit allen Mailing-Empfängern ermittelt. Aus der Kombination dieser Merkmale entsteht ein Profil, das den zeitnah gewonnenen Kunden des Unternehmens darstellt.

Märkte sind Menschen.  
Markets mean People.

# Mundt Direkt.

## Unsere Erfahrung: Die besten Scoring-Resultate werden mit beiden Analysen erreicht.

Das heißt: Wir scheuen keine Mühe und führen beide Analyse unabhängig voneinander durch. Deren Ergebnisse kombinieren wir dann zu einem aussagekräftigen Gesamt-Score.

Die Güte der so gewonnenen Scoring-Ergebnisse bestätigen diverse Erfolge von Mundt Direkt gegenüber Mitbewerbern in unterschiedlichen Wettbewerbssituationen.

## 2. Schritt: Erkennung der Potenziale = Anwendung der ScoreCard

Die generierte ScoreCard wird auf eigene oder fremde Adressen gelegt, so dass jede einzelne Adresse hinsichtlich Reaktions- und Kaufbereitschaft bewertet werden kann. Dabei werden die Adressen in zehn Score-Qualitäten segmentiert.

Je Fremdliste bzw. Listenselektion können gute Score-Qualitäten ausgewählt und / oder schlechte Scorequalitäten „abgeschnitten“ werden.

Dies ermöglicht eine zielgenaue Ansprache Ihrer Kunden und erhöht Ihre Response. Die Treffsicherheit unserer ScoreCard können wir vor ihrem Ersteinsatz validieren (Punkt 4.0)

## 4.0 Ein Beispiel aus der Praxis: ScoreCard von Mundt Direkt im Test

Score-Qualität	Response-Index
1	129
2	124
3	117
4	112
5	103
6	89
7	76
8	72
9	56
10	52
<b>Schnitt</b>	<b>100</b>
<b>Mit Scoring</b>	<b>117</b>

Cut-Off

Ein Kunde von Mundt Direkt setzt regelmäßig Fremdadressen in Form von Firmen-Postkäuferlisten ein. Für die Optimierung seiner Responsequoten entwickelte Mundt Direkt eine Fremdlisten-ScoreCard.

Diese wurde vor dem Ersteinsatz getestet: Die analysierten B2B-Adressen wurden mit den jeweils ermittelten Scorewerten markiert und dann ungefiltert beworben. Die Response-Auswertungs-Tabelle zeigt die Test-Ergebnisse:

Scorequalität 1 beschreibt die Adressen mit der höchsten Kaufwahrscheinlichkeit. Scorequalität 10 bezieht sich auf Adressen mit der niedrigsten Reaktionswahrscheinlichkeit.

Der Response-Index bildet die tatsächlich erzielten Reaktionen gemessen an der durchschnittlichen Response (= 100) ab.

Bei einem Cut-Off nach der Score-Klasse 5 erzielt der Kunde eine Response-Steigerung von bis zu 29%.

Märkte sind Menschen.  
Markets mean People.

# Mundt Direkt.

## 5.0 iB Scoring mit Mundt Direkt:

- **Einzigartige Analyse-Methodik: Überzeugende Scoring-Ergebnisse**

Praxis beweist auch: Scoring ist nicht gleich Scoring. Deshalb vertraut Mundt Direkt weder der modernsten Scoring-Software noch vollautomatisierten Analyseverfahren.

Die Kombination von Bestandsanalyse und Mail-Response-Analyse gepaart mit dem aktiven Menschenverstand unserer Scoring-Experten begründet die Erfolge von Mundt Direkt in diversen Vergleichstests mit Mitbewerbern.

Am besten, Sie machen sich selbst ein Bild: Wir senden Ihnen gerne unsere Referenzen zu.

- **ScoreCard-Test ohne Kostenrisiko**

Die ScoreCard von Mundt Direkt können Sie auf Fremdlisten ohne Risiko testen.

Sie erhalten von uns kostenlos:

- die Analyseleistungen
- die ScoreCard
- den Test der ScoreCard

Erst wenn Sie unsere ScoreCard einsetzen, erfolgt unsere Vergütung nach einem Staffelpreis-Modell.

- **Kompetente Partner für optimales Fremdlisten-Scoring**

Bei der Anwendung von Scoring auf angemietete Fremdlisten gilt, dass selbst das beste Verfahren keine optimale Response generieren kann, wenn die Fremdlisten nicht passgenau gewählt sind.

Die ScoreCard filtert zwar aus nicht affinen Listen das Beste heraus, aber das Beste vom Schlechten macht noch lange keine gute Response.

Die Kernkompetenz von Mundt Direkt ist die treffsichere Identifikation Ihrer Zielgruppen in über 3.000 Fremdlisten, die in Deutschland derzeit angeboten werden.

Dabei verhandeln wir für Sie auch eine angemessene Mindestabrechnungsquote. Dies ermöglicht Ihnen beim Einsatz unserer ScoreCard, möglichst viele Adressen mit niedrigen Scorequalitäten wirtschaftlich abzuschneiden.

- **Scoring-Erfolge in Zahlen**

Auch für B2B-werbende Unternehmen ist unsere Wirtschaftlichkeitsbetrachtung zum B2C-Fremdlisten-Scoring lesenswert, da diese auf unser innovatives Business-Scoring übertragbar ist:

Sie berechnet den Gesamtnutzen von Scoring unter den Aspekten Cost per order, Bestellvolumen und Lifetime-Value. Einfach auf unserer Website unter dem Kapitel „Responseoptimierung“ downloaden.

Märkte sind Menschen.  
Markets mean People.

# Mundt Direkt.

## 6.0 Märkte sind Gespräche - Ihre Ansprechpartner für iB Scoring:

**Überlassen Sie Ihren Werbeerfolg nicht dem Zufall.  
Unser innovatives Business-Scoring schafft klare Fakten.**

Rufen Sie uns an. Oder schicken Sie uns eine E-Mail.

### **Wir beraten Sie gerne auch vor Ort.**

Märkte sind Gespräche –  
Ihre Ansprechpartner für iB Scoring

Chris-Markus Geiger  
Tel: +49 (0) 7152 - 93 49 - 14  
[markus.geiger@mundt-direkt.de](mailto:markus.geiger@mundt-direkt.de)

Martina Wörner  
Tel: +49 (0) 7152 - 93 49 - 15  
[martina.woerner@mundt-direkt.de](mailto:martina.woerner@mundt-direkt.de)

Märkte sind Menschen.  
Markets mean People.