

Mundt Direkt. iC Scoring

Mundt Direkt. GmbH
Zielgruppenmarketing
Hintere Straße 20
71229 Leonberg / Germany
Tel.: +49 (0)7152-9349-0
Fax.: +49 (0)7152-9349-23
www.mundt-direkt.de

Unsere Wahrscheinlichkeitsrechnung: Bis zu 25 % mehr Kunden.

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 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 Consumer-Scoring (iC) 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. Wir beweisen sie in Zahlen.

1.0 Intelligentes Consumer-Scoring: Berechenbares Kundenverhalten

Zukünftiges Kundenverhalten steht nicht in den Sternen. Aber es lässt sich berechnen. Denn Umstände, die das Konsumverhalten von Menschen bestimmen, sind zugleich Variablen, die es bestimmbar machen.

Das Analyseverfahren Scoring verarbeitet diese Variablen zu zuverlässigen Aussagen über die Wahrscheinlichkeit Ihres Werbeerfolgs. Bei jeder potenziellen Adresse.

Auf diese Weise optimieren Sie die Werbeergebnisse von Fremdlisten sowie von eigenen Interessenten und Bestandskundenadressen. Bisher unwirtschaftliche Adresslisten werden effizient einsetzbar.

Märkte sind Menschen.
Markets mean People.

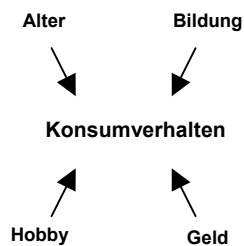
Mundt Direkt.

2.0 Auf einen Blick: Vorteile und Stärken des iC Scoring von Mundt Direkt

- **Wirtschaftliche Neukundengewinnung**
Das Scoring-Verfahren filtert aus neuen Fremdlisten und Fremdlisten-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 neuer Potentiale bisher ungenutzter Fremdlisten**
Scoring macht Listen optimal nutzbar, die im Wege einer normalen Zielgruppen-Selektion nicht Erfolg versprechend einsetzbar sind.
- **Erschließung von Adresspotenzialen kostengünstiger Haushaltsdatenbanken**
Bestimmte Werbemaßnahmen erfordern ein großes Volumen an günstigen Adressen aus Haushaltsdatenbanken. Ihr effizienter Einsatz setzt voraus, dass per Scoring-Verfahren die Adressen mit höchster Kaufbereitschaft identifiziert werden.
- **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 Schnäppchenjäger, Kündiger und Schlechtzahler 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 Kunden und Interessenten aus ihren Datenbeständen, die die höchste Wahrscheinlichkeit zur Umwandlung in einen Käufer aufweisen.

Mundt Direkt.

3.0 Scoring: Viele Variablen ergeben Ihr Kundenprofil



Alter, Bildung, Familienstand, Interessen, Kaufkraft, Lebensumfeld und viele Variablen mehr bestimmen das Konsumverhalten eines Menschen und damit das Profil Ihrer Zielgruppe.

Im Scoring-Verfahren werden trennscharfe Merkmale zu einer ScoreCard verdichtet. Mit Hilfe der ScoreCard können Sie die Kaufwahrscheinlichkeit jeder einzelnen Adresse zuverlässig berechnen.

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

Zur Bildung der ScoreCard wird zunächst eine univariate Datenanalyse durchgeführt. Aus einer Fülle an Daten werden diejenigen Merkmale identifiziert, die das zu bestimmende Kaufverhalten Ihrer Kunden am stärksten beeinflussen.

Diese werden in der multivariaten Datenanalyse in Beziehung zueinander gesetzt. Je nachdem, wie groß der jeweilige Einfluss eines Merkmals auf das Kaufverhalten ist, werden die Merkmale gewichtet und zu einer ScoreCard kombiniert.

Beim Aufbau einer ScoreCard wird üblicherweise zwischen zwei klassischen Methoden 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.

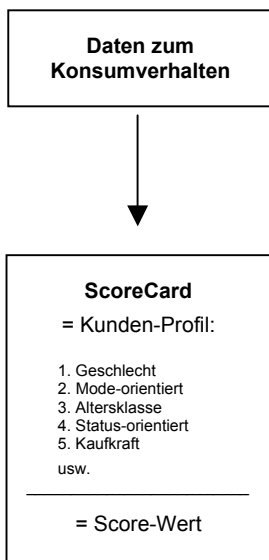
Aus der Kombination dieser Merkmale entsteht ein Profil, das den zeitnah gewonnenen Kunden des Unternehmens darstellt.

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

Die besten Scoring-Resultate werden erzielt, wenn sowohl eine Bestandsanalyse als auch eine Mail-Response-Analyse durchgeführt werden.

Das heißt: Wir führen beide Analyse voneinander unabhängig durch und kombinieren deren Ergebnisse zu einem aussagekräftigen Gesamt-Score.

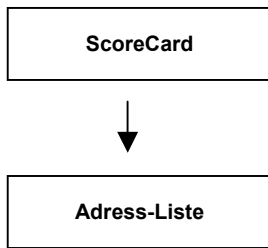
Die Güte der so gewonnenen Scoring-Ergebnisse bestätigen diverse Erfolge von Mundt Direkt. gegenüber Mitbewerbern in unterschiedlichsten Wettbewerbssituationen.



Märkte sind Menschen.
Markets mean People.

Mundt Direkt.

2. Schritt: Erkennung der Potenziale = Anwendung der ScoreCard



Die generierte ScoreCard wird auf eigene oder fremde Adressenlisten 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	138
2	126
3	119
4	112
5	108
6	89
7	72
8	69
9	56
10	52
Schnitt	100
Mit Scoring	138

Cut-Off

Ein Kunde von Mundt Direkt. setzt regelmäßig Fremdadressen ein. Für die Optimierung seiner Responsequoten entwickelte Mundt Direkt eine Fremdlisten-ScoreCard. Sie wurde vor dem Ersteinsatz getestet: Die analysierten Fremdadressen 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 38%.

Märkte sind Menschen.
Markets mean People.

Mundt Direkt.

5.0 iC Scoring mit Mundt Direkt:

- **Einzigartiges Analyse-Know-how für bessere Scoring-Ergebnisse**

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

Stattdessen kombinieren wir Bestandsanalyse und Mail-Response-Analyse. Zusätzlich steuern und überprüfen unsere Scoring-Experten die Auswahl und Kombination der ScoreCard-Merkmale.

Diese besondere Analyse-Methodik gepaart mit aktivem Menschenverstand 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 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 Fremddlisten-Scoring**

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

Die ScoreCard filtert zwar aus nicht affinen Listen ebenfalls 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 Fremddlisten, 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.

Märkte sind Menschen.
Markets mean People.

www.mundt-direkt.de

Mundt Direkt.

- **Scoring-Erfolge in Zahlen**

Lesen Sie unsere Ergebnisstudie aus der Neukundengewinnung (per Download auf unserer Website erhältlich).

Unsere Wirtschaftlichkeitsbetrachtung berechnet den Gesamtnutzen unseres B2C-Fremdlisten-Scorings unter den Aspekten Cost per order, Bestellvolumen und Lifetime-Value.

6.0 Märkte sind Gespräche - Ihre Ansprechpartner für iC Scoring:

**Optimieren auch Sie mit Scoring Ihren Werberfolg.
Jetzt neu bei Mundt Direkt: Das innovative B2B-Scoring.**

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

Wir beraten Sie gerne auch vor Ort.

Märkte sind Gespräche –
Ihre Ansprechpartner für iC Scoring

Daniel Mundt
Tel: +49 (0) 7152 - 93 49 - 13
daniel.mundt@mundt-direkt.de

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

Märkte sind Menschen.
Markets mean People.