



## Factsheet

# Spendersegmentierung und Donor Insights mit AZ Daten

## Worum geht es?

Jede:r Spender:in zeichnet sich durch individuelle Werte und ein unterschiedliches Potenzial aus. Wie alt ist Ihre Zielgruppe und was ist ihr wichtig? Gemeinsam mit Ihnen definieren wir alle wichtigen Kriterien und entwickeln Strategien – sowohl zur Ansprache Ihrer bestehenden wie auch neuer Spendersegmente – damit Ihre Mittel optimal eingesetzt werden.

Profitieren Sie von unserem breit gefächerten Portfolio aus relevanten Daten für die Spenderanalyse und Spendersegmentierung:

- Soziodemographie
- Motivation
- Verhalten
- Typologien

Wir haben in unserem AZ DIAS System ein breites Spektrum an Zielgruppendaten. Diese Daten können für Spendersegmentierung genutzt werden und so die Selektion von Hauslistenmailings verfeinern.

## Spendersegmentierung: Was ist das eigentlich?

Ist ein:e Spender:in erstmal gewonnen, so gilt es ihn zu binden und zu weiteren Spenden, eventuell sogar zu einer Dauerspende zu motivieren.

Das gelingt nur, wenn die Spenderkommunikation auf die individuellen Bedürfnisse abgestimmt ist. In der Segmentierung werden Gruppen Gleichgesinnter gebildet, die dann gemeinsam passend angesprochen werden können.

Ein einfaches Beispiel ist die Alterssegmentierung. Ältere Spender erhalten die traditionellen Mailings, während die jüngeren Babyboomer Mailings mit digitalen Spendenelementen erhalten (z.B. QR-Codes). Denn: welcher 55-jährige Spender wird noch das Spendenformular nutzen?

Für die Bildung dieser beiden Segmente benötigt man Altersinformationen, die häufig in der eigenen Datenbank nicht (ausreichend) vorhanden sind.

## So gehen wir vor:

Für erfolgreiches Fundraising setzen wir auf ganzheitlichen Service: von der Analyse bestehender Daten bis zur Optimierung Ihrer CRM-Strategie. Die Analyse Ihrer bestehenden Spender-Datenbank bildet dafür den Ausgangspunkt.

Dabei kombinieren wir moderne **Data Mining- und Scoring-Methoden** mit qualifizierten **Personenmerkmalen aus der AZ DIAS Marktdatenbank** und den Daten Ihrer Organisation.

So finden wir gemeinsam heraus, welche Daten Ihnen wirklich weitere Einblicke geben (sog. Donor Insights) und welche Segmente in konkrete Ansprachen umgesetzt werden können. Auf Basis dieser und weiterer Daten gelingt es uns, die folgenden Informationen zu erarbeiten und Ihren Spender:innenkreis zu segmentieren, z.B.

- Familienorientierte Babyboomer
- Klassische:r Offline-Spender:in
- Mehrgenerationen-Haushalte

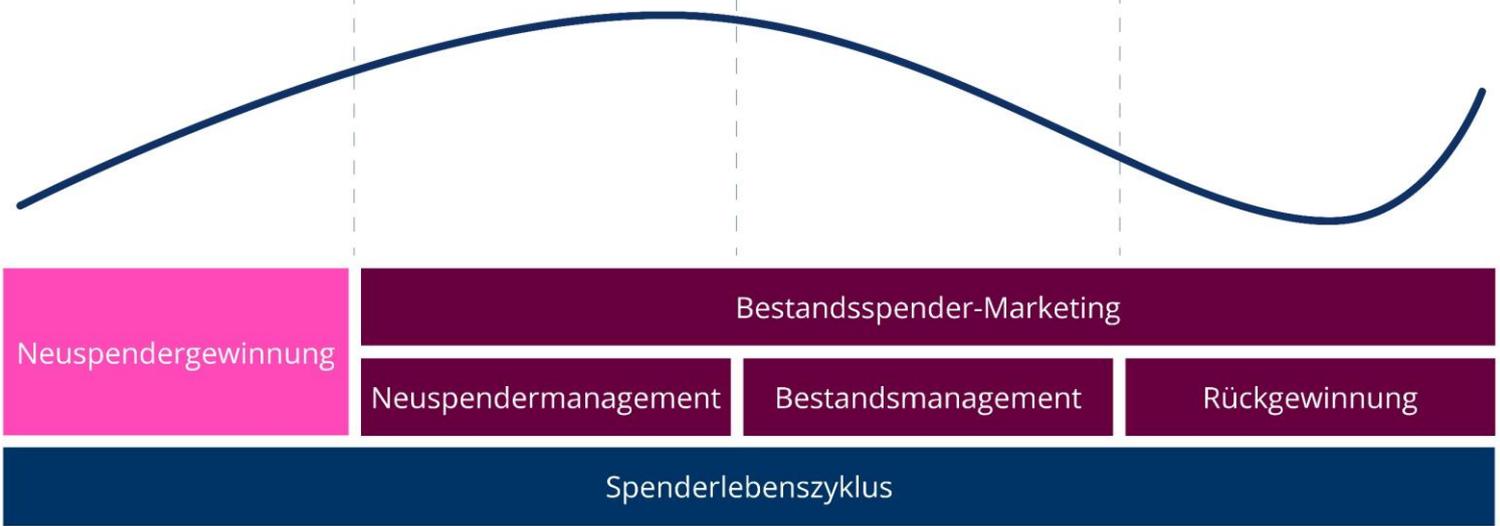
## Weitere Analysen im Spenderlebenszyklus:

Neben der Spendersegmentierung gibt es viele weitere spannende Fragen im **Spenderlebenszyklus**, die mit geeigneten Analysen auf Basis von Donor Insights beantwortet werden können, z.B.

- Welche:r Spender:in bietet ein Potenzial in Richtung Dauerspender oder Großspender?
- Welche ehemalige Spender:innen lassen sich am ehesten reaktivieren?
- Welche Spender:innen sollten crossmedial angesprochen werden?
- Welche Spender:innen haben den höchsten Lifetime Value?

## AZ fundraising

- Spender-Strukturanalysen
- Responseanalysen
- Potenzialanalysen
- Incentivestrategien
- Donor Journey/ Touchpoints
- Funnel-Analysen
- Eyetracking/ Usability
- Spenderbegrüßung
- Folgespende und Upgrading
- Ansprachevarianten
- Kundenwertanalysen/ Großspender
- Website-Analysen
- Conversion-Optimierung
- Donor-Lifetime-Value
- Segmentierung nach Spendertypen
- Dauerspenderanalysen
- Loyalitätsmodelle
- Attributionsmodelle
- Altpspender-Reaktivierung
- Katastrophenspenden
- Kanalaaffinität/ Multichannel
- Retargeting-Analysen



Wir unterstützen Sie dabei, die Antworten auf diese Fragen zu finden. Mit unserem Analyse-Know-how, unseren Datenpaketen und unserem Fundraising-Wissen.

### Kontakt

AZ fundraising services GmbH & Co. KG  
 Carl-Bertelsmann-Str 161 S  
 33311 Gütersloh

#### Thomas Wonnemann

Telefon: +49 (5241) 80 – 75131

E-Mail: [thomas.wonnemann@bertelsmann.de](mailto:thomas.wonnemann@bertelsmann.de)

