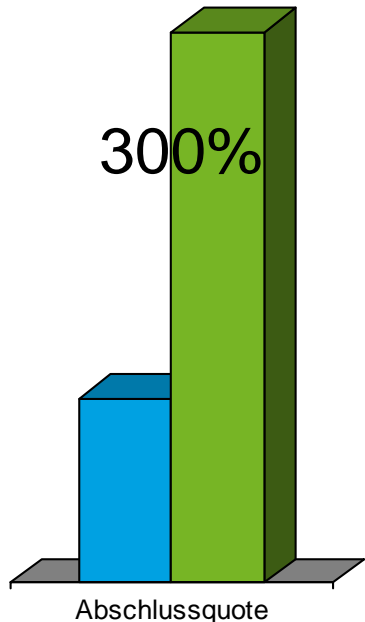


# Sparkassen - Kleinräumige Marktanalyse

Jan Horstkotte, Marketing und Vertrieb, Sparkasse Bielefeld

*Abschlussquote der  
MasterCard Gold*



## Die Herausforderung

- » Stagnierende Abschlussquoten im Kreditkartengeschäft
- » Planung einer Telefonmarketing-Kampagne zum Direktverkauf

## Das Ziel

- » Erstellung einer qualitativ hochwertigen Datenbasis zur Bündelung aller Aktivitäten auf erfolgversprechende Adressen
- » Vermeidung von Streuverlusten
- » Erhöhung der Abschlussquote

## Die Lösung

- » Selektion der erfolgversprechenden Straßenabschnitte anhand der KMA-Ergebnisse und bestimmten harten Faktoren
- » Deutliche Reduzierung der Ausgangsdatensätze für die Telefonmarketing-Aktionen durch schärfere Abgrenzung der Kernzielgruppe

„Durch den Einsatz der KMA Daten haben wir die Abschlussquote der MasterCard Gold verdreifacht!“

