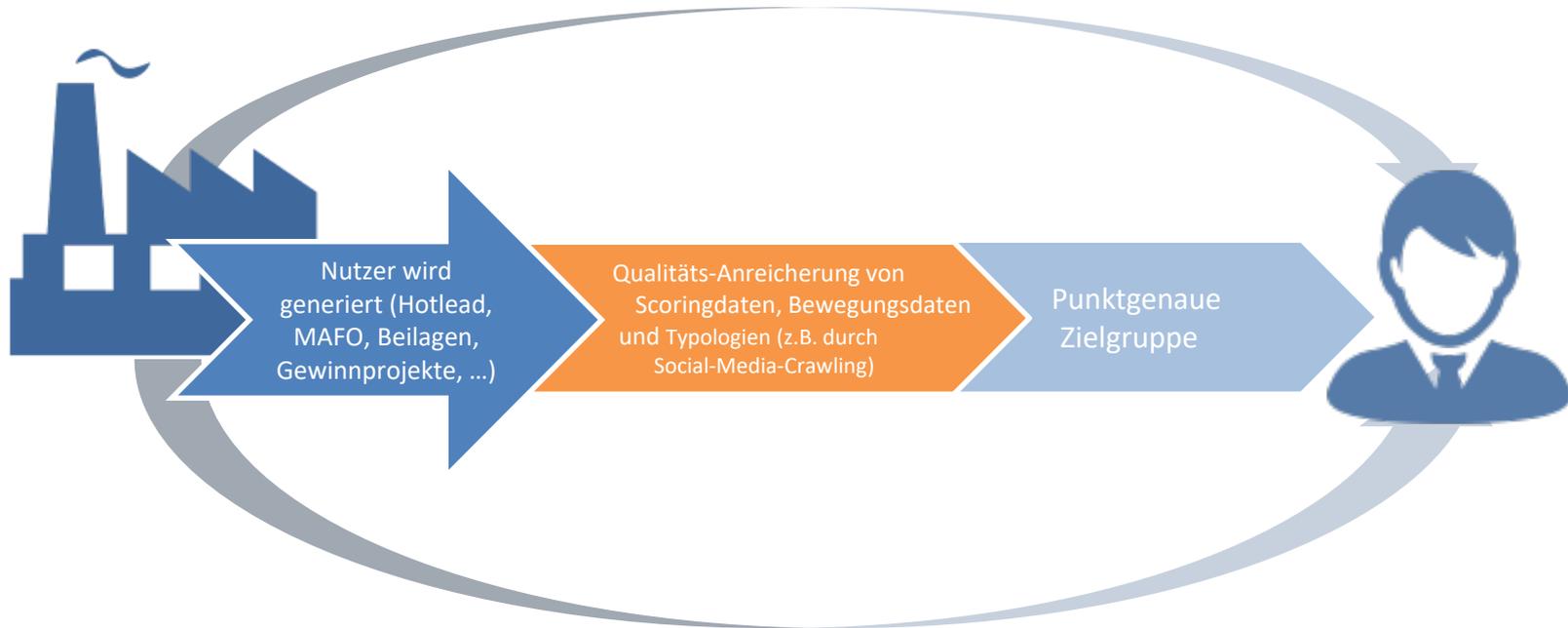




DIGITAL HUNTER

MERKMALSPROFILE

GENERIERUNG von postalischem NEUKUNDEN POTENTIAL





E-MOBILITY



2.000.000

Generierungsweg

Im Rahmen eines Hotlead-Projektes wurden 900.000 Solaranlagenbesitzer generiert, die bei Upsale Fragen Interesse an einem Elektroauto bekundeten. Die Beratung fand mobil über das neueste iPhone des Nutzers statt. Das angereicherte Geo-Scoring bestätigte ein höheres Einkommen und einen höheren Bildungsstand. Das crawling in den sozialen Medien bildete die Typologie des „early-adopters“ und das Interesse an innovativer Technologie ab. Zusätzlich nahmen 500.000 Nutzer mit höherer Bonität im Rahmen eines Incentive-Projekts eine entsprechende Testfahrt in Anspruch. Weitere 600.000 wurden in Umfragen erfasst.

Der 51 Jahre alte Thomas Wagner ist ein typischer „early-adopter“. Er hat innovative Technologien um sich, ist gut gebildet und verfügt über ein höheres Einkommen. Seinen Zweitwagen möchte er jetzt gegen ein Elektroauto tauschen und damit umweltbewusst von seinem Wohnort in der Kleinstadt zu seinen Zielen gelangen.



DIGITAL NATIVES

z.B. VERSICHERUNGSNEHMER



4.500.000

Generierungsweg

Durch Umfragen, E-Mail und Social Media Kampagnen sowie „Hotlead“ Projekte wurden rund 6.000.000 Stromwechsler, Kreditnehmer, Versicherungsnehmer und Internet- bzw. Mobilfunkwechsler erschlossen. 4.500.000 schlossen jeweils die komplette Strecke online ab und reagierten vor allem auf Testberichte, WhatsApp Verteiler und Suchmaschinen-Anzeigen. Eine Umfrage bestätigte, dass alternative Zahlungsmöglichkeiten wie Apple Pay, GooglePay oder Amazon Pay überdurchschnittlich häufig verwendet wurden.

Der 31 Jahre alte Florian Fuchs ist ledig, kinderlos und wohnt in oder in der Nähe einer Großstadt zur Miete. Seine Besorgungen und seine Freizeit gestaltet er aus Prinzip online – egal, ob er eine Versicherung abschließt, ein neues Gadget ordert, den Stromvertrag wechselt oder die Konditionen unterschiedlicher Kreditgeber vergleicht. Sofortige Verfügbarkeit und minimaler Aufwand machen ihn glücklich.



VERSANDHANDEL PLUS SIZE, + BONI



350.000

Generierungsweg

Im Rahmen einschlägiger Umfragen, Aktionen und Incentiveprojekten wurden 480.000 Nutzerinnen über Facebook und Facebook Messenger sowie aus organischen referrals generiert. Die Ermittlung der verwendeten Geräte, der Geo-Bonität sowie die Anreicherung weiterer Merkmale ergab einen Pool von 350.000 ökologisch interessierten, besser verdienenden Damen mit der beginnenden Konfektionsgröße 42.

Die 49 Jahre alte Birgit Zimmermann wohnt in Pendel-Nähe einer Großstadt und bezieht ihre Lebensmittel aus dem Bio-Handel. Beim Einkauf ist ihr generell wichtig, dass die erworbenen Produkte nachhaltig und umweltbewusst erzeugt wurden. Dafür ist sie gerne bereit, einen höheren Preis zu bezahlen. In ihrer Freizeit besucht sie eine Yoga-Klasse.



SOLARANLAGEN



800.000

Generierungsweg

Im Rahmen eines Hotlead-Projektes wurden 800.000 Solaranlagenbesitzer generiert, die über Printprodukte, E-Mail Kampagnen, Vergleichsportale und Suchmaschinenanzeigen zur Landingpage gelangten. Die Qualifizierung durch den Erstberater sowie die Anreicherung soziodemografischer und psychografischer Informationen ergab ein kostenbewusstes, ökologisch und vom sozialen Umfeld geprägtes Nutzerprofil.

Das Ehepaar Schulz ist 45 und 42 Jahre alt und wohnt im städtischen Randgebiet oder am Land. Auch einige ihrer Nachbarn haben bereits Solaranlagen anbringen lassen. Über die möglichen Angebote haben sich die Schulzes bei ihren Nachbarn und über Vergleichsportale im Internet informiert.



STROM-WECHSLER



1.000.000

Generierungsweg

Im Rahmen von Hotlead-Projekten, Telefon Akquisen, E-Mailkampagnen, und Suchmaschinenanzeigen wurden 1.000.000 Stromwechsler erschlossen. Die Anreicherung weiterer Informationen ergab, dass die Nutzenden bereits Stromwechsel Verträge abgeschlossen haben. Die Affinität zum Stromwechsel lässt sich auch räumlich zuordnen.

Der 42 Jahre alte Markus Koch wohnt mit seiner Frau in einem Reihen- oder Einfamilienhaus, in einem ländlichen Gebiet. Er ist grundsätzlich online-affin, Kosten-Nutzen orientiert und informiert sich über multiple Kanäle zu den Möglichkeiten und Ersparnissen beim Stromwechsel. Vor einem Vertragsabschluss konsultiert er seine Ehefrau.

DIGITALE KLEINKREDITNEHMER



1.800.000

Generierungsweg

Aufgrund unterschiedlicher Leadgenerierungskampagnen über Facebook und Facebook-Messenger bewarben sich 800.000 Nutzer auf den Abschlusstrecken digitaler Kreditgeber um einen Kredit. 200.000 Nutzer reagierten auf eine Anzeige in Google-Ads und gaben auf einer Landingpage an, bereits einen Kleinkredit abgeschlossen zu haben und weiteren Kreditabschlüssen über das Web aufgeschlossen gegenüber zu stehen. Vervollständigt wird der Pool durch 600.000 Reaktionen (=Abschlüsse) aus E-Mail-Kampagnen und 200.000 in App Reaktionen.

Der 34 Jahre alte Matthias Becker wohnt in oder in der Nähe einer Großstadt und erledigt seine Besorgungen am liebsten bequem von zu Hause aus. Er ist ledig, kinderlos und wohnt in einer trendigen Single-Wohnung zur Miete. Um sich seine Wünsche zu erfüllen, schließt er spontan auch ein- oder mehrmals einen Kleinkredit online ab.



VERSANDHANDEL



1.800.000

Generierungsweg

Aufgrund von telefonischen Umfragen, Online-Incentiveprojekten und Rechnungsbeilagen wurden 2.000.000 aktive Versandhandelskundinnen und -kunden erschlossen. Bei allen Nutzerinnen und Nutzern wurde die für den Versandhandel obligatorische Bonität bestätigt. Zusätzlich wurde der Pool auf Personen mit einem Haushaltsnettoeinkommen von mindestens 3.000 € selektiert.

Die 41 Jahre alte Christina Lange ist verheiratet und lebt mit ihrem Mann und ihren beiden Kindern (15,17) in der Nähe ihres Arbeitsplatzes. Den Großteil ihrer Mode-Käufe tätigt sie online, gelegentlich bestellt sie auch direkt aus dem Katalog.



TELE-SHOPPER



800.000

Generierungsweg

800.000 Tele-Shopper reagierten auf Verkaufsshows im TV und meldeten sich anschließend telefonisch. Die meist pensionierten Nutzerinnen und Nutzer kaufen aktuell bis zu mehrmals pro Woche per Telefon ein und wickeln die Bezahlung via Kreditkarte oder per Rechnung ab. Der Pool umfasst ausschließlich aktive Tele-Shopper.

Die 56 Jahre alte Sabine Krüger verbringt einen Großteil ihrer Zeit zu Hause vor dem TV. Sie sieht sich die einschlägigen Verkaufsshows an und kauft teilweise mehrmals pro Woche Produkte, die eine Lösung für ihre Probleme bieten. Wiederholt bestellt sie Artikel, die ihrer gesundheitlichen Verbesserung dienen.