

direkt **marketing**



Professionelles Adressmanagement

powered by

SAZ

- Interview mit Geschäftsführer Frédéric Cavo
- Die perfekte Adresse ist das A und O
- Wir haben die richtige Adresse! Profil SAZ Marketing GmbH Frankfurt

powered by



»»Die korrekte Adresse ist die Basis für erfolgreiches Direktmarketing««

**Interview mit Frédéric Cavro,
Geschäftsführer SAZ Marketing GmbH Frankfurt**

Die SAZ Marketing GmbH Frankfurt sorgt auf dem Datenbereinigungsmarkt für Furore. Über den Erfolg seines Unternehmens haben wir mit Geschäftsführer Frédéric Cavro (39) gesprochen.

Herr Cavro, derzeit müssen Unternehmen knallhart kalkulieren. Jede Ausgabe muss wohl überlegt sein. Warum sollte man in ein professionelles Adressmanagement, wie es Ihr Unternehmen anbietet, investieren?

In Zeiten, in denen der Kostendruck steigt, während die Werbebudgets sinken, wird das professionelle Adressmanagement immer wichtiger. Deshalb müsste die Frage eher lauten, ob es sich ein Unternehmen leisten kann, auf Datenpflege zu verzichten. Denn der daraus

resultierende Investitionsvorteil ist immer höher als die Kosten durch falsche oder fehlerhafte Adressen. Schauen Sie: Jede Mailingretoure wiegt gerade in konjunkturell schwachen Zeiten wie diesen doppelt schwer – denken Sie nur an die vergeudeten, kostenintensiven Werbemittel, das verschwendete Porto und die ungenutzte Chance zur Neukundengewinnung. Datenpflege ist zu dem Thema im modernen Direktmarketing geworden. Daher ist eine gute Datenpflege unverzichtbar.

Überschätzen Sie da nicht die Bedeutung der Adressen? Schließlich ist die Attraktivität einer Kampagne doch ausschlaggebend für ihren Erfolg?

Ja, aber nur, wenn sie die Kunden erreicht! Die korrekte Adresse ist die Basis für erfolgreiches Direktmarketing. Das gilt heute mehr denn je: Denn unsere Gesellschaft wird immer mobiler. Jedes Jahr ziehen Millionen um. Und durch Hochzeiten, Geburten, Trennungen und Todesfälle ändern sich 30.000 Adressen – täglich! Unsere Erfahrungen zeigen, dass gerade beim Umzug viele vergessen, ihre Versicherungen, Banken oder Lieferanten zu informieren. Dabei ist es doch gerade für diese Unternehmen von existenzieller Wichtigkeit,

an ihren Kunden – deren Akquisition einmal sehr teuer war – „dranzubleiben“.

Wie lange dauert es, bis ein Kunde die Vorteile des professionellen Datenabgleichs durch die SAZ dann auch „spürt“?

Nicht lange! Die Responsequote steigt sofort deutlich durch den Abgleich mit unseren Datenbanken: Das bedeutet, dass kaum mehr unzustellbare Sendungen zurückkommen. Und die Effizienz der Aktionen ist doch entscheidend: Unsere Kunden steigern ihren Umsatz, sie erwirtschaften einen echten Mehrwert. Bei Banken und Versicherungen zeichnet sich dieser Mehrwert bereits durch eine deutliche Reduzierung des Organisationsaufwandes aus. Ich bin mir sicher: Am Markt bestehen kann nur, wer alle Möglichkeiten zur Optimierung seiner Adressen nutzt: SAZ-Kunden verlieren ihre Zielgruppe nie mehr aus den Augen.

Sie haben zahlreiche externe und interne Datenquellen – aber wie steht es eigentlich mit der Qualität Ihrer Adressen?

Das ist eine unserer wichtigsten Aufgaben! Deshalb sorgen wir durch konsequenten Ausbau und gründliche Pflege dafür, dass bei unseren Datensätzen Quantität und Qualität stimmen. Mit jetzt noch gründlicheren Tests ist es uns gelungen, die Trefferquote weiter zu erhöhen. Denn eines ist klar: Jedes faule Ei ist eines zu viel. Gute Adressen sind unsere Visitenkarte. Da versteht es sich von selbst, dass wir laufend an der Optimierung arbeiten – zur Freude unserer Kunden ...

Und wenn das alles nicht hilft, bieten wir zur Abrundung unserer Produktpalette mit unserem Online-Portal www.smartDETECT.net eine bundesweite, erfolgsorientierte Einwohnermeldeamtanfrage ...

Wie ist das genaue Prozedere, wenn sich ein Kunde für Sie entscheidet?

Zunächst verschaffen wir uns einen Überblick über den Zustand und Pflegebedarf der kundeneigenen Adressbestände. Durch individuelle Beratung erarbeiten wir dann gemeinsam mit

den Kunden Lösungsansätze. Insgesamt stehen für den Adressabgleich viele Millionen von Informationen zur Verfügung. Die Kunst besteht darin, alle Bereinigungsverfahren proaktiv, logisch, kaskadenartig, kostengünstig und effektiv vor einer Aussendung einzusetzen. Damit unsere Kunden den bestmöglichen Investitionsvorteil erzielen.

In Sachen Spendenmarketing ist der SAZ-Konzern am Markt führend. Wie interessant ist die Zusammenarbeit mit Ihrem Unternehmen denn überhaupt für Non-Profit-Organisationen?

Wir haben uns in Europa längst als Marktführer in Sachen Social Marketing etabliert. Wir sind immer bestrebt, unsere Kunden mit der allerbesten Qualität in allen Bereichen des Direktmarketings zu beliefern. Dies gilt insbesondere auch für die Adressqualität. So ist es ungleich schwieriger, einen Spender aktiv zu halten, der für sein Geld keine Ware erhält, als einen Abonnenten oder Versandhandelskunden. Daher kann sich keine Spendenorganisation erlauben, etwa alleine wegen eines Umzugs, Spender zu verlieren. Allerdings gilt, dass die Adressqualität das A und O für ein Unternehmen ist, welches über einen eigenen Adressbestand verfügt.

Zurzeit drängen immer neue Anbieter auf den Markt. Wie schätzen Sie die Situation ein?

Konkurrenz belebt doch bekanntlich das Geschäft. Wir brauchen uns vor niemandem zu verstecken. Was die neue Vielfalt vor allem beweist, ist doch, dass unsere Produkte voll im Trend liegen. Und mal ganz nebenbei: Jeder Anbieter hat für mich seine Daseinsberechtigung, wenn er neue, sinnvolle Daten mitbringt; profitieren wird davon letztlich der Kunde.

Schauen Sie mal: Bis 2001 gab es in Deutschland – ganz im Gegensatz zu Frankreich, Großbritannien, den Niederlanden oder den USA – nur einen einzigen Anbieter von Umzugsinformationen. Ja, die Deutsche Post Adress hat es geschafft, ein exzellentes und einzigartiges Produkt am Markt zu platzieren.

INTERVIEW



Frédéric Cavro, seit 2002 Geschäftsführer der SAZ Marketing GmbH Frankfurt.

Dies ist auch heute noch der Fall, wenn man alleine die Datenherkunft betrachtet. Aber: Durch die Bepreisung des Nachsendeauftrages seitens der Deutschen Post AG wurden die Karten neu gemischt: Die Zahl der Antragsteller ging um 40 Prozent zurück – und damit gingen überaus wichtige Adressinformationen verloren. Deshalb war es wichtig, neue, ergänzende Daten auf den Markt zu bringen. Unsere derzeitigen Erfolge bestärken uns darin, diese Strategie weiter zu verfolgen. Wie bereits gesagt: Ich sehe uns nicht in Konkurrenz zu anderen Anbietern, sondern als perfekte Ergänzung. Wettbewerb entsteht nur bei Überschneidungen in den verschiedenen Beständen. Und da lassen wir den Kunden entscheiden, welche Referenz mit welcher Priorität in den Abgleich einfließt.

Vielen Dank für das Gespräch. ■

Frédéric Cavro, Jahrgang 1966. Der französische Diplom-Kaufmann begann seine Direktmarketing-Laufbahn 1990 im Vertrieb bei Bertelsmann. 1996 übernahm er bei der Deutschen Post Adress die Vertriebsleitung Süd und drei Jahre später die Vertriebsleitung international. Seit 2002 ist er Geschäftsführer der SAZ Marketing GmbH Frankfurt.

powered by

SAZ



Die perfekte Adresse ist das A und O

Topaktuell, postalisch und inhaltlich korrekt, aus den zuverlässigsten Quellen gespeist und am besten noch mit allerhand Zusatzinformationen versehen – so sieht sie aus, die perfekte Adresse. Und wer die hat, für den ist der Weg zu einem neuen Kunden nicht mehr weit. Die richtige Anschrift ist aber nicht nur bei der Akquisition das A und O. Denn wurde aus einem Interessenten bereits ein Kunde, sollte man ihn nie mehr aus den Augen verlieren. Zielgenaue Ansprache und dabei die Kunden ständig im Blick behalten – das ist die Spezialität der SAZ Marketing GmbH Frankfurt. Die Database-Profis haben für jede Anforderung die perfekte Lösung – und schnüren für ihre Kunden in Sachen Adressen ein Rundum-sorglos-Paket.

Schlechte Datenqualität, also falsch geschriebene Namen, Dubletten oder unzustellbare Sendungen, kosten Unternehmen jedes Jahr viel Geld. Gerade in konjunkturschwachen Zeiten kann sich das eigentlich kein Betrieb leisten. Doch noch immer haben nicht alle Firmen erkannt, wie wichtig die korrekte Adresse ist.

Deutschland ist in Bewegung

Allein die Pflege des eigenen Datenbestandes ist selbst für kleine Unternehmen kaum noch zu schaffen. Denn die Informationen werden immer komplexer: berufliche und private E-Mail-Adressen, ISDN-, Fax- und Handynummern et cetera. Und damit

nicht genug der Datenflut: Denn Deutschland ist in Bewegung. Zehn bis zwölf Prozent der Bundesbürger ziehen pro Jahr um – Tendenz steigend. Gründe, seinen Wohnort zu wechseln, gibt es genug: ein attraktiver Arbeitsplatz, die lange gesuchte Lehrstelle, der begehrte Studienplatz – oder die große Liebe. Auch durch Hochzeiten, Geburten, Trennungen oder Todesfälle ändern sich Anschriften und Lebensumstände im Sekundentakt. Nur wer dies alles im Blick hat, für den ist eine Mailingkampagne auch ihr Porto wert.

Doppelte Adressen im Datenbestand bedeuten einerseits unnötige Portokosten. Außerdem – und das ist verheerender – hinterlässt das beim Empfänger einen schlechten Eindruck: Erhält er gleich mehrere Sendungen oder wird gar falsch angeschrieben, fühlt er sich alles andere als individuell betreut. Der potenzielle Kunde ist somit verärgert – und wird keine Geschäftsbeziehung eingehen.



SAZ-Kunden haben mit smartADDRESS einen Investitionsvorteil

Die Adressprofis der SAZ bieten gleich eine ganze Palette von maßgeschneiderten Produkten zur Datenpflege an. Durch tägliche Aufbereitung, kontinuierlichen Abgleich und laufende Aktualisierung garantiert SAZ seinen Kunden Anschriftenmanagement in Bestform. Und die Investition in ein professionelles Database-Management lohnt gleich doppelt, rechnet Frédéric Cavo vor. Der Frankfurter Geschäftsführer der SAZ Marketing GmbH kennt die Branche schon seit mehr als 16 Jahren: „An erster Stelle stehen natürlich die Porto-, Produktions- und Retourenkosten: Sie sinken sofort – und das deutlich! Außerdem wird die Responsequote erhöht. So steigern unsere Kunden den Umsatz – und nur das zählt!“ Will heißen: Wer mit SAZ zusammenarbeitet, erzielt einen echten Mehrwert, so Cavo: „Unsere Kunden haben einen Investitionsvorteil, da der professionelle Adressabgleich immer günstiger ist als die Kosten, die durch falsche oder fehlerhafte Adressen

entstehen.“ Und dieser Investitionsvorteil lässt sich einfach berechnen (siehe Kalkulationsbeispiel auf der nächsten Seite).

Die Angebote von smartADDRESS im Detail:

- smartAUDIT analysiert den Adressbestand und informiert über Schwachstellen
- mit smartUPDATE werden Anschriften ergänzt und korrigiert – die perfekte Adresspflege
- smartCORRECT filtert und korrigiert falsche Adressen für einmalige Werbeaktionen
- smartDETECT fragt bundesweit bei Einwohnermeldeämtern an
- smartCLEAN markiert Anschriften, die als nicht zustellbar oder als nicht mehr relevant erkannt werden
- smartDECEASED identifiziert und markiert Sterbefälle
- smartPHONE verwandelt Mailadressen in Telefonnummern
- Movers4Rent® bietet Umzugsadressen als Mietbestand an.

Bei SAZ stimmen Qualität und Quantität

Natürlich ist jedes Direktmarketing-Instrument nur so gut wie die Quellen, aus denen es gespeist wird. Es gilt hier, alle möglichen Referenzen logisch, kaskadenartig, kostengünstig und ergänzend einzusetzen. Grundlage für das breitgefächerte Angebot von SAZ ist neben den externen Datenbanken (Post Adress Umzugs- und Sterbedatei, verschiedene Unzustellbaren- und Verweigererdateien et cetera) ein Pool von internen Adressbeständen.

Da ist zunächst die smartADDRESS-Anschriftenänderungsdatei. Mit etwa 15 Millionen Einträgen ist sie unverzichtbarer Bestandteil der Bereinigungssystematik. Neben der Quantität stimmt hier natürlich auch die Qualität. Seit der Markteinführung haben die Adressprofis noch einmal nachgelegt und die Trefferquote weiter erhöht.

Daneben bietet SAZ den Zugriff auf mehr als 4,4 Millionen Verstorbeneninformationen (smartDECEASED). Diese Adressen sollten Unternehmen schnellst-

möglich in ihren Datenbanken markieren, um Image-Schäden zu vermeiden. Denn wer will schon trauernde Angehörige mit Post belästigen oder gar einen Zahlungsausfall riskieren?

Ein starker Partner im Hintergrund

Um die jährlich wachsende Datenflut zu bewältigen und stets topaktuell zu bleiben, nutzt die SAZ Marketing GmbH Frankfurt die Kapazitäten der Konzernmutter SAZ mit mehr als 500 Mitarbeitern weltweit und mehr als drei Jahrzehnten Know-how in Sachen Adressmanagement. Ein Aussendevolumen von mehr als 120 Millionen Mailings jährlich für etwa 35 Non-Profit-Organisationen hat den Konzern zum europäischen Marktführer in Sachen Spendenmarketing gemacht. Der Schlüssel zu diesem Erfolg liegt insbesondere im konsequenten Ausbau und der Pflege der SAZ-Haushaltsdatenbank mit über 50 Millionen Informationen.

smartDETECT – die Lösung für ganz harte Fälle

Ein anderer Baustein im SAZ-Portfolio ist smartDETECT – der Rettungsanker für scheinbar unlösbare Fälle. „Unbekannt verzogen“ – das liest niemand gern. Sollte ein Unternehmen seinen wertvollen Kunden nicht mehr erreichen können, ist das eigentlich schon ärgerlich genug; Umsatzeinbußen drohen. Wenn das Unternehmen dann auch noch Forderungen gegenüber dem Kunden hat, wird es richtig ernst. Denn Geld einfordern bei unzustellbaren Anschriften ist immer kostspielig. Wenn Rechnungen oder Mahnbescheide zurückkommen, werden die DM-Profis von SAZ für ihre Kunden zu Adressdetektiven.

So ist smartDETECT der letzte Trumpf im Ärmel, wenn alle anderen Möglichkeiten der Adressermittlung ausgeschöpft sind. smartDETECT findet Kunden, die scheinbar nicht mehr aufzufinden sind. Das geht nur in echter Handarbeit – durch eine bundesweite Anfrage bei Meldeämtern. Würde ein

powered by



Unternehmen jeden einzelnen Fall selbst aufwändig recherchieren, kostete das Manpower, Zeit und damit viel Geld. smartDETECT ist einfacher und effizienter.

Das Hauptproblem: In Deutschland gibt es fast 6.000 Einwohnermeldeämter. Und hier kocht jeder sein eigenes Süppchen. Die Ämter arbeiten alle höchst unterschiedlich und ändern ihre Bestimmungen ständig. Auch die Preise schwanken enorm: bis zu 18 Euro pro Anfrage sind keine Seltenheit.

Dank einer ausgeklügelten Mischkalkulation bietet smartDETECT die komplette Anfrage erfolgsorientiert bereits ab 4,70 Euro an. Ein Festpreis, mit dem sich gut rechnen lässt – Unternehmer schätzen kalkulierbare Kosten. Böse Überraschungen sind dann ausgeschlossen.

In drei Stufen zum Erfolg

Was bislang einzigartig ist in Deutschland: Bei smartDETECT können die Kunden zwischen drei Ermittlungsstufen wählen. Je nachdem, was ihnen die Ermittlung wert ist, bestimmen sie den Aufwand und damit die Kosten für Auffinden, Abgleichen, Korrigieren und Überprüfen einer Adresse. Bei Ermittlungsstufe I sind es 4,70 Euro bei Erfolg pro Adresse, 6,20 Euro bei Stufe II und 9,30 Euro pro Fall bei Ermittlungsstufe III. Sollte selbst die noch nicht zum Erfolg führen, dann kann smartDETECT die Anfrage monitoren und auch nach vielen Jahren die Spur säumiger Kunden wiederfinden. Im Gegensatz zu anderen Anbietern wird diese Dienstleistung auch hier erfolgsorientiert (8,50 Euro pro Treffer) abgerechnet.

So viel Flexibilität in der Preisgestaltung zahlt sich aus. Denn welche Stufe für ein Unternehmen die richtige – sprich effizienteste – ist, kann dieses selbst entscheiden. Beispielsweise kann es sinnvoll sein, die Anschriftenermittlung zur rein erfolgsorientierten Abwicklung auf Stufe I und II zu begrenzen. Dies empfiehlt sich etwa bei geringen Durchschnittsforderungen. Und wenn eine Ermittlung negativ verläuft, dann geht die Adresse sogar ohne

Ihr Investitionsvorteil			
	Eigen	Fremd	
Adressbestand	100000	5000	
Fehlerhafter Adressenanteil	3	5	(%)
Aktualisierte Adressen	3000	2500	
Kosten pro Mailing	1,0	1,0	(EUR)
<hr/>			
Kostenersparnis	3000,00	+ 2500,00	= 5500,00 EUR (+)
Kosten pro Retoure	0,80		(EUR)
Kostenreduzierung			2400,00 EUR (+)
<hr/>			
Responsequote	3	1	(%)
Auftragszuwachs	90	25	
Auftragsvolumen	10,0	5,0	(EUR)
<hr/>			
Generierter Mehrumsatz	900,00	+ 125,00	= 1025,00 EUR (+)
Aktualisierungskosten			4150,00 EUR (-)
Investitionsvorteil			<u>4775,00 EUR</u>

Quelle: SAZ

Kalkulationsbeispiel bei Verwendung von Eigen- und Fremdadressen.

Berechnung der vorherigen Steps in die nächste Ermittlungsrunde.

smartDETECT – die perfekte Abkürzung

Wie man sieht: Bis zur richtigen Adresse ist es oft ein langer Weg – und smartDETECT die perfekte Abkürzung. Wenn zum Beispiel im Zuge der Nachforschungen eine ganze Adresskette mit diversen Zwischenstationen entsteht, wird der Auftraggeber damit nicht belästigt. Er bekommt nur, was er wirklich braucht: die jetzt gültige Anschrift seines Kunden. Sie wird tagesaktuell übermittelt.

Außerdem überprüfen die Adressdetektive auch noch gleich die Zustellbarkeit. Schließlich sollen gerade so sensible Schreiben wie etwa ein Mahnbescheid auch wirklich an den Richtigen oder die Richtige gehen. Der Vorteil des Professional Research liegt auf der Hand: SAZ-Kunden sparen Recherchekosten und schonen Personal – während ihre Datenbank gleichzeitig mit effektiveren Kontakten glänzt.

SAZ – die richtige Adresse für richtige Adressen

Bevor sich ein Unternehmen für eines der Produkte entscheidet, sollte es sich einen Überblick über Zustand und Pflegebedarf der eigenen Kundenadressen ver-

schaffen. Dabei stehen natürlich gerne die Experten von SAZ mit ihrem Know-how zur Seite. Gemeinsam wird dann eine individuelle Lösung erarbeitet unter der Prämisse: Wie kann das schier unerschöpfliche Potenzial an Adressen so effektiv wie möglich genutzt werden, um mit einer Aussendung den höchstmöglichen Nutzen – also den größten Investitionsvorteil – zu erzielen?

Unsere Gesellschaft wird nicht nur mobiler: Sie wird auch immer individueller – und der Kunde damit unberechenbarer. Schon jetzt prasseln auf ihn mehr als 3.000 Werbebotschaften pro Tag ein – von der Brötchentüte am frühen Morgen bis zum Product Placement in der TV-Serie am Abend. Da ist es nur eine Frage der Zeit, bis die Schmerzgrenze erreicht ist. Für die Direktmarketer kann dieser Trend nur bedeuten: möglichst intelligent und effizient werben. Diese Zielsicherheit bietet die SAZ Marketing GmbH Frankfurt.

Ohne die passenden Adressgruppen ist die Gefahr groß, dass die Wirkung eines Mailings schnell verpufft – einfach deshalb, weil die potenziellen Kunden gar nicht erst erreicht werden. SAZ hat hier das richtige Angebot: Mit Hilfe von nationalen und internationalen Adresslisten lassen sich bequem ganz gezielt spezielle Kundenkreise ansprechen – beispielsweise gut situierte Damen, Haus- und Gartenbesitzer, kulturell engagierte Menschen, Top-Verdiener, Fahrer von

Luxusfahrzeugen, spendenaffine Personen (besonders interessant für Non-Profit-Organisationen) et cetera. Und wer innerhalb dieser vorselektierten Adresspools wirbt, der hat beste Chancen, auf Interesse zu stoßen.

Die Zauberformel heißt Movers4Rent®

Eine der interessantesten Zielgruppen ist die der frisch Umgezogenen: Menschen, die dabei sind, sich neu einzurichten – in einer Mietwohnung in der Stadt, in der Studentenbude oder in den eigenen vier Wänden zusammen mit der Familie. Denn die Umziehenden nehmen Werbung wahr: und zwar positiv! Sie fühlen sich nämlich ernsthaft und in ihrer gegenwärtigen individuellen Lebenssituation angesprochen. Die Zauberformel dazu heißt: Movers4Rent®.

Eines ist klar: Für die Akquisition gibt es keinen besseren Zeitpunkt als unmittelbar nach einem Umzug. Mit jedem Wohnungswechsel verändern sich die Ansprüche und Bedürfnisse. Das fängt beim neuen Stromlieferanten an, geht über die passende Einrichtung bis hin zur Kontoeröffnung bei einer Bank oder den Abschluss neuer Versicherungsverträge. Der Phantasie sind dabei keine Grenzen gesetzt: Vielleicht hat der Zugezogene in seinem neuen Heim ja erstmals einen Garten – dann werden nicht nur Pflanzen, sondern auch Rasenmäher und Rosenschere angeschafft. Aber ganz unabhängig davon, ob sich ein Haushalt nun vergrößert oder verkleinert – der Tapetenwechsel motiviert immer zu Investitionen. Und die Bereitschaft, sich mit der neuen Wohnung auch gleich etwas Vernünftiges zuzulegen, ist groß.

Movers4Rent® im Detail

Movers4Rent® bietet Zugriff auf einen Pool von Umzugsadressen, der ständig neu gespeist wird und so immer topaktuell bleibt. Und Movers4Rent® ist unschlagbar schnell. Wer beispielsweise die Top-Selection wählt, erhält Adressen, die weniger als vier Wochen alt sind – da ist bei den Umgezogenen noch nicht

einmal die Farbe an den Wänden richtig trocken. Gerade für Geldinstitute, Energieversorger oder Kabelanbieter ist dies der interessanteste Zeitraum, um potenzielle Kunden anzusprechen. Wer es nicht ganz so eilig hat, der kann Neuzugänge aus dem letzten oder vorletzten Quartal mieten. Auch Umzugsdaten aus dem gesamten letzten Jahr lassen sich filtern.

Mit Movers4Rent® bietet SAZ auch viele regionale und soziodemografische Selektionsmöglichkeiten. So lassen sich etwa Großstadt-Singles in München, Eigenheimbesitzer in Hessen oder junge Familien im Hunsrück filtern.

Movers4Rent® – mieten und sparen

Wer auf Movers4Rent® zugreift, kann auf andere kostenintensive Werbeaktionen – beispielsweise Massenwerbesendungen oder große Anzeigen in der Lokalpresse – verzichten. Die zielgenaue Werbung führt ihn sicherer und günstiger zum Kunden. Damit bleibt ihm ein Investitionsvorteil, den er dann im bereits vorselektierten Kundenkreis mit qualitativ hochwertiger Werbung wieder einsetzen kann – und hier lohnt sich dann die Investition. Also: lieber zielgenaues und aufwändiges statt breitgestreutes, aber einfaches Werben!

Movers4Rent® ist für fast alle Branchen sinnvoll – Versandhändler, Finanzdienstleister, Energieversorger, mittelständische Betriebe, Baumärkte, Telekommunikationsanbieter und Lotterietreiber haben so schon neue Kunden angeworben.

SAZ und MAC – das neue Doppel

In den kommenden Jahren stehen die Direktmarketer vor großen Herausforderungen. Denn es werden immer mehr – und noch viel komplexere – Daten verarbeitet werden müssen. Außerdem verlangen die Kunden nach einem immer schnelleren Zugang zu den Informationen. Einen ganz wichtigen Schritt in Richtung kompetente Online-Lösungen hat SAZ aber längst gemacht

– und sich die Software-Profis von MAC mit ins Boot geholt.

Seit über 20 Jahren entwickelt und implementiert MAC Lösungen für den klassischen Versand-, den Online- und den stationären Handel. Mehr als 100 Unternehmen weltweit arbeiten mit der Software von MAC – darunter Branchenriesen wie Neckermann, Tchibo Direct, Teppich Kibek oder Hess Natur. MAC hat in seinem MailPlus-Programm jetzt eine Schnittstelle integriert. Und darüber kann SAZ Adressdaten für MAC-Kunden checken. Der Vorteil liegt auf der Hand: Bislang wurden zur Datenbereinigung noch externe Dienstleister hinzugezogen. Diese mussten die Adressen zum Abgleich exportieren und dann wieder importieren. Jetzt wird die Bearbeitungskette entscheidend verkürzt: Der Kunde spart Zeit und Geld. Den komfortablen, bequemen SAZ-Adresscheck integriert in MAC-Versandhandlungslösungen – für Frédéric Cavro ist das „Informationsmanagement in Bestform“. MAC liefere die optimale Software und SAZ die richtigen Adressen, sagt Cavro: „Es kommt zusammen, was zusammen passt: Wir sind ein perfektes Doppel für die allerhöchsten Ansprüche.“

In anderen Bereichen haben Softwarehersteller ihre Produkte auf den Abgleich (sowohl online als auch im Batch) mit mehreren Referenzen angepasst. Intellidata, Softwarehouse Peter Hartmann oder Uniserv bieten hierfür intelligente Lösungen an. Wichtig dabei ist, dass der Kunde entscheiden kann, welche Referenz mit welcher Priorität und welchem Nutzen er einsetzen kann. Alles andere würde den Kunden entmündigen und wäre wirtschaftlich falsch. Im Sinne der Kooperation mit MAC werden SAZ und Uniserv eine Branchenlösung für Banken und Versicherungen anbieten. Beide Unternehmen werden auf der European Banking and Insurance Fair (EBIF) im November in Frankfurt mit einem gemeinsamen Stand vertreten sein. ■





SAZ Marketing GmbH,
Standort Hannover



Wir haben die richtige Adresse!

Mit ihrer einmaligen Produktpalette bietet die SAZ Marketing GmbH Frankfurt effiziente und maßgeschneiderte Direktmarketing-Instrumente, die sowohl zur Kostenersparnis und Rationalisierung als auch zum Ausbau der eigenen Marktposition und der Erschließung weiterer Absatzpotenziale beitragen.

DATEN ZUR FIRMA

Adresse: SAZ Marketing GmbH Frankfurt
Frédéric Cavro
Franklinstr. 62
60486 Frankfurt/Main
Fon: +49 (0) 69/84 84 63 12
Fax: +49 (0) 69/84 84 63 69
E-Mail: fcavro@saz.net
Web: www.saz.net/address-services oder www.saz.com

gegründet: Die Muttergesellschaft wurde 1976 gegründet. SAZ Marketing GmbH Frankfurt, 2001

Geschäftsführer:
Frédéric Cavro

Mitarbeiterzahl:
500 Mitarbeiter weltweit

Geschäftsfelder:
Database Management
Datenbereinigung, -validierung,
Listbroking werden von der
SAZ Marketing GmbH Frankfurt
betreut

Kosten senken und die Effizienz erhöhen heißt die Zauberformel, um dauerhaft und erfolgreich am Markt bestehen zu können. Die SAZ steht mit ihrer Produktpalette für durchdachtes, kostensenkendes und ergebnisorientiertes Adressmanagement zur erfolgreichen Neukundengewinnung.

Seit ihrer Gründung in 2001 hat sich die SAZ, Tochter des weltweit agierenden SAZ Konzerns, auf dem Adress- und Databasebereinigung als eine der führenden Anbieter etabliert. Das Team umfasst zum jetzigen Zeitpunkt 15 Personen.

Zu ihren nationalen und internationalen Kunden zählen namhafte Versandhandelsunternehmen, Versicherungen und ein großer Teil der in Deutschland ansässigen Direktmarketingdienstleister. Durch ihre Internationale Ausrichtung, ist die SAZ der Standard im Bereich der Adressvalidierung und Mailingoptimierung in Europa.

SAZ analysiert und verifiziert Bestände, identifiziert Unzustellbare und liefert neue Anschriften.

Das Leistungsspektrum der SAZ Marketing GmbH Frankfurt:

- SAZ smartAUDIT: Das Analysetool. Gibt Ihnen einen Überblick über den Ist-Zustand Ihres Datenbestandes.

- SAZ smartCLEAN: Bereinigt Ihren Datenbestand oder Ihr aktuelles Mailing von unzustellbaren Adressen.
- SAZ smartUPDATE: Korrigiert oder Aktualisiert Datenbestände/Mailingaussendungen. Umstellung von ALT auf NEU.
- SAZ smartCONFIRM: Bestätigt die Gültigkeit der Adresse. Ist diese noch „aktiv“?
- SAZ smartPHONE: Reichert die Adresse mit Telefonnummern an.
- SAZ smartDETECT: Die bundesweite Einwohnermeldeamtanfrage.
- Movers4Rent®: Aktuelleste Anschriftenänderung als Vermietbestand.

Die Produktpalette wird in den verschiedensten Nutzungsformen zur Verfügung gestellt:

- Dienstleistung: Externe Lösung über ausgesuchte Vertriebspartner. Insbesondere für kleinere Adressbestände oder vor Mailingaussendungen empfehlenswert.
- Abonnement: In-House Lösung für große Adressbestände. Ständige Aktualisierung garantiert
- Online: Der schnelle Adresscheck. 24 Stunden zugänglich ■