



GFS Fundraising Solutions GmbH

Effizientere Spendengewinnung durch intelligentes Datamining

Überblick

Die Aufgabe

Die GFS Fundraising Solutions GmbH wollte die Effizienz von Spendenmailings für ihre Kunden verbessern, die Kosten für die Aussendungen verringern und neue Zielgruppen innerhalb des Spenderpools für weitere Maßnahmen entdecken.

Die Lösung

Mit IBM® SPSS® Modeler ist die GFS in der Lage, die aussichtsreichsten Zielpersonen je Aktion zu ermitteln, die Zahl der Aussendungen zu minimieren oder zu erhöhen, die Spendeneingänge zu schätzen und Erfolge zu überwachen.

Die Vorteile

Mit der neuen Lösung steigert die GFS die Effizienz von Fundraising-Maßnahmen und hilft so dabei, dass mehr Spenden den Projekten selbst zugehen.

Die GFS Fundraising Solutions GmbH ist eine moderne Fundraising-Agentur für Nonprofit-Organisationen (NPO) auf dem deutschsprachigen Markt mit Sitz in Bad Honnef. Mit mehr als 30 Jahren Erfahrung gehört sie zu einer der ältesten und etabliertesten Fundraising-Agenturen. Diese Kombination aus Erfahrung und dem Einsatz aktueller Technologien bildet die Grundlage der GFS-Beratung.

Zu den GFS-Kunden gehören zum Beispiel Amnesty International, das Deutsche Rote Kreuz, der Naturschutzbund Deutschland und MISEREOR. Das Unternehmen bietet mit rund 70 Mitarbeitern alle Maßnahmen eines erfolgreichen Fundraisings aus einer Hand an. Das Leistungsportfolio umfasst vor allem Beratung, Entwicklung von Fundraising-Strategien, Datamining und Evaluierungen, Durchführung von Dialogmarketingkampagnen, Fundraising-Telefonie sowie individuelle Lösungen zur Betreuung von Spendern und Mitgliedern.

Erfolgreiches Fundraising braucht effizientes Marketing

Bei der Spendenakquisition kommt es darauf an, die richtigen Zielpersonen für den jeweiligen Anlass mit den richtigen Botschaften anzusprechen. Spenden gesammelt werden zum Beispiel bei Naturkatastrophen, politischen Unruhen, Hungerkatastrophen, fehlender medizinischer Versorgung oder Kinderhilfe.



Lösungskomponenten

Software

- IBM® SPSS® Modeler
-

Im Prinzip handelt es sich dabei um die typische Aufgabe einer Werbeagentur. So bietet auch die GFS ihren Kunden prinzipiell von der Anzeige über die Plakatwerbung bis zur Direktwerbung alle relevanten Werbemaßnahmen an. Mailingaussendungen sind dabei mit Abstand die geeignetsten Maßnahmen, um Spenden zu generieren und dabei die Kosten gering zu halten. Viele seriöse Organisationen führen das Spendensiegel des Deutschen Zentralinstituts für soziale Fragen (DZI), das sie verpflichtet, mit ihren Werbe- und Verwaltungsausgaben unter 30 Prozent der jährlichen Gesamtausgaben zu bleiben.

Die GFS-Kunden verfügen in der Regel aufgrund ihrer langjährigen Arbeit über große Datenbestände mit den Adressen ihrer Spender, die zum Teil sogar direkt bei der GFS gespeichert und gepflegt werden. Neben den Adressangaben enthalten sie Informationen über die Reaktionen auf frühere Aktivitäten sowie Termine und Beträge zurückliegender Spenden. Diese Daten werden in anonymisierter Form und abhängig von der seitens der NPO gewünschten Aktion teilweise noch ergänzt um externe Bonitäts-Informationen oder um regionale Informationen, zum Beispiel über das Wohnumfeld.

IBM SPSS hilft bei der Zielgruppenselektion

Bereits vor mehr als zehn Jahren begann man bei der GFS damit, mithilfe von IBM SPSS die vorhandenen Datenbestände zu analysieren, um die potenziell interessantesten Spender für den jeweiligen Anlass zu finden und das Spendenaufkommen zu steigern.

Marielle Bergs, Consultant Marketing Research bei der GFS Fundraising Solutions GmbH, erläutert: „Wir entwickeln für jeden Kunden und für jede Aussendung mit IBM SPSS ein Zielgruppen-Modell, das es uns erlaubt, aus der Fülle der Daten genau die Adressaten mit der höchsten Spendenwahrscheinlichkeit herauszufiltern. Heute sind wir sogar in der Lage, eine ziemlich genaue Prognose darüber abzugeben, wie hoch das Spendenaufkommen sein wird. Auf dieser Modellbasis können wir auch die optimale Anzahl Aussendungen festlegen. Das erlaubt uns schon im Vorfeld Rentabilitätsberechnungen mit guter Trefferquote. So spart der Kunde den Aufwand für unnütze Sendungen. Unpassende Adressaten werden nicht mit ungewünschter Post verärgert, und das so gesparte Geld kann an anderer Stelle eingesetzt werden.“

Wie gut die Zielgruppenbestimmung der GFS mit IBM SPSS funktioniert, beweisen die hervorragenden Ergebnisse gelegentlicher Vergleichsmailings an einen mit IBM SPSS ermittelten Adressatenkreis gegenüber einer Standardliste.

„Auf dieser Modellbasis können wir auch die optimale Anzahl Aus-sendungen festlegen. Das erlaubt uns schon im Vorfeld Rentabilitätsbe-rechnungen mit guter Trefferquote. So spart der Kunde den Aufwand für unnütze Sendungen. Unpassende Adressaten werden nicht mit unge-wünschter Post verärgert, und das so gesparte Geld kann an anderer Stelle eingesetzt werden.“

— Marielle Bergs, Consultant Marketing
Research, GFS Fundraising Solutions GmbH

Hohe Datenqualität bringt bessere Ergebnisse

Für die Qualität der Adressdaten sorgen regelmäßige Abgleiche mit den Datenbeständen bspw. der Deutschen Post. Die GFS verfügt über Schnittstellen zu den Geldinstitutionen der meisten ihrer Kunden, so dass eingehende Spendenzahlungen an die GFS übermittelt und der jeweiligen Aktion richtig zugeordnet werden. Das macht Erfolgskontrollen jederzeit möglich. So lassen sich auch die Kunden automatisch oder auf Anfrage mit aktuellen Erfolgsanalysen zu ihren Aktionen versorgen.

Zurzeit nutzen drei GFS-Mitarbeiter IBM SPSS für Datenanalyse, Zielgruppenfindung und Erfolgsüberwachung. „Ich kenne IBM SPSS schon aus meiner Universitätszeit“, erklärt Marielle Bergs. „Es macht immer wieder Spaß, damit zu arbeiten, und die Ergebnisse können sich wirklich sehen lassen. Diese Überzeugung war sogar ein entscheidender Grund für meine Berufswahl.“

Durch weitere Verfeinerungen der SPSS-Modelle will Marielle Bergs zukünftig noch bessere Vorhersagen treffen: „Wir liegen zwar schon ganz gut, aber es gibt immer noch Luft nach oben. Daran arbeiten wir, um weitere Kosten zu sparen und unseren Kunden noch effektivere Aktionen zu bieten.“

Über IBM Business Analytics

IBM Business Analytics Software versorgt Entscheidungsträger mit allen Informationen, die sie zur Steigerung der Geschäftsleistung benötigen. IBM bietet ein umfassendes und integriertes Portfolio aus Anwendungen für Business Intelligence, Analytics, erweiterte Analyseverfahren, Performance-Management im Finanzbereich sowie Strategiemanagement, Governance, Risiko und Compliance.

Mit IBM Software können Unternehmen Trends, Muster und Abweichungen identifizieren, „Was wäre wenn“-Szenarien durchrechnen, mögliche Gefahren und Chancen vorhersagen, zentrale Geschäftsrisiken erkennen und steuern, und Ressourcen planen, budgetieren sowie vorausberechnen. Mit diesen tiefgehenden Analysemöglichkeiten können Nutzer ihre Geschäftsergebnisse besser verstehen, vorhersagen und beeinflussen.

Weitere Informationen

Wenn Sie mehr erfahren möchten, wenden Sie sich an Ihren IBM Ansprechpartner oder besuchen Sie uns unter ibm.com/business-analytics.



© Copyright IBM Corporation 2014

IBM Deutschland GmbH
IBM-Allee 1
71139 Ehningen
Deutschland
ibm.com/de

IBM Österreich
Obere Donaustrasse 95
1020 Wien
ibm.com/at

IBM Schweiz
Vulkanstrasse 106
8010 Zürich
ibm.com/ch

Hergestellt in Deutschland
Februar 2014

IBM, das IBM Logo, ibm.com und SPSS sind eingetragene Marken oder Marken der IBM Corporation in den USA und/oder anderen Ländern. Weitere Produkt- und Servicennamen können Marken von IBM oder anderen Unternehmen sein. Eine aktuelle Liste der IBM Marken finden Sie auf der Webseite „Copyright and trademark information“ unter ibm.com/legal/copytrade.shtml.

Dieses Dokument ist zum Datum seiner Erstveröffentlichung aktuell und kann jederzeit von IBM geändert werden. Nicht alle IBM Angebote sind in jedem Land, in welchem IBM tätig ist, verfügbar.

Die angeführten Kundenbeispiele dienen nur zur Illustration. Die tatsächlichen Ergebnisse beim Leistungsverhalten sind abhängig von der jeweiligen Konfiguration und den Betriebsbedingungen.

Der Benutzer ist dafür verantwortlich, den Betrieb von Produkten oder Programmen anderer Anbieter in Verbindung mit IBM Produkten und Programmen zu prüfen und zu verifizieren. Die Informationen in diesem Dokument werden auf der Grundlage des gegenwärtigen Zustands (auf „as-is“-Basis) ohne jegliche ausdrückliche oder stillschweigende Gewährleistung zur Verfügung gestellt, einschließlich, aber nicht beschränkt auf die Gewährleistungen für die Handelsüblichkeit, die Verwendungsfähigkeit für einen bestimmten Zweck oder die Freiheit von Rechten Dritter. Für IBM Produkte gelten die Gewährleistungen, die in den Vereinbarungen vorgesehen sind, unter denen sie erworben werden.

Jegliche Erklärungen bezüglich der Produktstrategien und Absichtserklärungen von IBM stellen die gegenwärtige Absicht von IBM dar, unterliegen Änderungen oder können zurückgenommen werden und repräsentieren nur die Ziele von IBM.



Bitte recyceln