

**KubiS 2008**  
**Bonner Anwendertagung**

**Kundenbindung durch**  
**Defection-Management**



**"Identifizieren Sie Ihre abwanderungswilligen Kunden bevor sie weg sind"**

**Thomas Starsetzki**

**Geschäftsführer**

[starsetzki@skopos.de](mailto:starsetzki@skopos.de)

+49 (0) 2233 51-8440

[www.skopos.de](http://www.skopos.de)

## Identifizierung abwanderungswilliger Kunden!

Mit **Defection Management** werden einzelne Kunden greifbarer und somit individueller ansprechbar. Die **Verknüpfung von Marktforschungsdaten mit Daten aus der Kundendatenbank über effiziente Data Mining Verfahren** bildet die Kunden individuell innerhalb bestimmter Segmente/ Typologien ab und macht deren Verhalten vorhersehbarer.

Diese Vorgehensweise bietet **Wettbewerbsvorteile** und **Kostensparnisse** auf mehreren Ebenen.

- Die **individuellere Ansprache** der Kunden im Rahmen des CRM/ Dialogmarketings **erhöht die Kundenbindung, reduziert Streuverluste** und führt letztlich zu zufriedeneren Kunden.
- Automatisierte Datenbankroutinen ermöglichen eine relativ genaue Bestimmung individueller Customer Lifecycle Phasen und dienen letztlich der **Vorhersage abwanderungsgefährdeter Kunden**.
- Eine genaue **Bestimmung des Kundenwerts** und die entsprechende Integration in die operativen Systeme bietet systematisch nutzbare Entscheidungshilfen in Vertrieb und Marketing.

# Ursachenforschung zur Kundensystematik!

## Phase 1: Dynamische Kundentypologie entwickeln

Analyse bestehender Marktforschungsergebnisse



Stichprobenbasierte Kundenbefragung



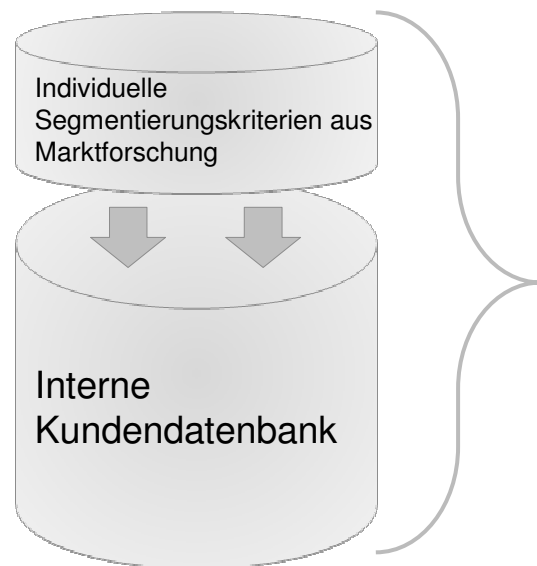
Bildung einer **dynamischen Kundentypologie** und Bestimmung der **Kundenwertkriterien** mittels multivariater Analysemethoden und neuronaler Netztechnik



- Analyse von bereits durchgeführten **Kundenzufriedenheitsstudien**, Potentialanalysen, Loyalitätsbefragungen und **Kündigerevaluierungen**.
- Lediglich ein kleiner Teil der Kunden wird durch eine **stichprobenbasierte Kundenbefragung** ad hoc interviewt (telefonisch oder online).
- Multivariate Analysemethoden führen zu dynamischen Kundentypologien und zur Feststellung von **Kundenwertkriterien**.

# Entwicklung von Selektionskriterien!

## Phase 2: Anreicherung der Kundendatenbank durch Data Mining



### Beschreibende Merkmale für jeden Kunden:

(allgemeine Beispiele)

- Soziodemografische Angaben
- Vertragsart und Vertragsumfang
- Vertragslaufzeit / Kündigungsfristen
- Letzte Vertragsänderung
- Beginn der Kundenbeziehung
- Servicekontakt
- Kundeninitiative
- Vertriebskontakte
- Vertragspotential
- Kundenwert

# Segmentierung der Kundendatenbank!

## Phase 2: Anreicherung der Kundendatenbank durch Data Mining



- Entwicklung individueller Segmentierungskriterien und Klassifizierungsalgorithmus aus Marktforschung ermöglicht Klassifizierung des gesamten Datenbankbestands.
- Abwanderungswahrscheinlichkeiten können für die einzelnen Segmente bestimmt werden.
- Priorisierung einzelner Segmente.

# Optimierung des Kundenmanagements!

## Phase 3: Individuelle Gestaltung und kosteneffiziente Optimierung des CRM

Die Segmentierung der Kunden erlaubt eine Identifikation profitabler Kunden sowie eine individuelle, zielgruppenspezifische Kundenansprache. Insbesondere abwanderungsgefährdete Kunden können so individuell betreut werden. Zusammenfassend ergeben sich daraus wesentliche Vorteile:

- Bestehende CRM Maßnahmen, wie z.B. Mailings können je nach Kundensegment **individualisiert** werden
- Kunden werden durch individuelle Ansprache **effektiver** angesprochen
- Erhöhung der **Response Raten** der Mailings
- besonders wertvolle/kritische Segmente sowie **abwanderungsgefährdete** Kunden können mit **zusätzlichen** Dialogmarketingmaßnahmen (z.B. Telefonische Anrufe) optimal betreut werden
- Kombination aus Segmentzugehörigkeit und Gefährdungsphasen ergibt notwendigen **Zeitpunkt** eventueller Maßnahmen
- Abwanderungs-/ Loyalitätsindex wird **dynamisch angepasst** – optimales Reagieren auf Abwanderungsgefahr

**SKOPOS**

Institut für Markt- und Kommunikationsforschung GmbH & Co. KG  
Hans-Böckler-Straße 163  
50354 Hürth  
Tel: +49 (0) 2233 518440 - Fax: +49 (0) 2233 518449  
www.skopos.de

**SKOPOS International**

UK London  
16 Brune Street  
London E1 7NJ

**Herzlichen DANK für  
Ihre Aufmerksamkeit!**

**Diskussion? Fragen?**



**Thomas Starsetzki**  
Geschäftsführer  
starsetzki@skopos.de