



## Bestandsspender digital (re)aktivieren & Neuspender kanalübergreifend gewinnen

### Der Kunde

- missio- Internationales katholisches Missionswerk e.V. ist Teil des Netzwerks von 120 Missionswerken der katholischen Kirche weltweit
- In 2019 hat missio in 68 Ländern 946 Projekte finanziell mit 47,4 Millionen EUR unterstützt
- missio ist das päpstliche Hilfswerk in Deutschland und fördert seit fast 190 Jahren die pastorale und diakonische Arbeit der katholischen Kirche in Afrika, dem Nahen und Mittleren Osten, Asien und Ozeanien

### Ausgangssituation

Steigende Direct-Mail Kosten und die zunehmende Fokussierung auf die Nutzung von Online-Plattformen erschweren die Aktivierung und Reaktivierung von Bestandsspendern sowie die Neuspendergenerierung auf traditionellen Kanälen.

Nutzen Sie das Zielgruppen-Onboarding von AZ fundraising services, um die offline-bekanntesten Zielgruppen aus Ihrem CRM-System auch im Internet und in den Sozialen Medien zu erreichen

### Performance von Direct-Mail Kampagnen durch Zielgruppen-genaues Online-Marketing steigern

Die Performance von Direct-Mail Kampagnen kann nun durch flankierendes Online-Marketing signifikant gesteigert werden. Dabei werden die Haushalte aus der Mailout-Datei vor, während und nach dem Mailing-Empfang online im Internet und in den Sozialen Medien via Display-, Mobile- oder Video-Werbung angesprochen.

### Vorteil

Hierdurch wird Ihre Kampagne schon vor dem Eintreffen des Mailings ins Bewusstsein der Adressanten gebracht und das Mailing dann durch nachhaltendes Online-Marketing in seiner Wirkdauer verlängert.

„CRM-Onboarding hat dazu geführt, dass sich die Reichweite unserer Inhalte verbessert hat und wir deutlich mehr Online-Spender gewonnen haben, als in den Jahren zuvor. Hinzu kommt, dass wir Insights über unsere Spender erhalten haben, die wir jetzt nutzen, um unsere Angebote, Online wie Offline, an die Bedürfnisse der Spender anzupassen.“



### **Antje Karmann -**

Fachbereichsleiterin Spendergewinnung

## **Unsere Leistungen**

- Datenschutzkonformer Upload der postalisch bekannten Bestandsspender aus Ihrem CRM-System
- Ansprache der Haushalte vor, während und nach Empfang des Mailings
- Anreicherung der Daten durch Neukundenadressen von AZ-Direct

## **Unsere Leistungen**

- Die Performance von Direct-Mail Kampagnen kann signifikant gesteigert werden
- Die Wirkdauer der Kampagne wird durch nachhaltiges Online-Marketing erhöht
- Erhöhung der Werbewirkung durch crossmediale Ansprache – Multiplying-Effekt

## **Weitere Fragen? Nehmen Sie Kontakt mit uns auf.**

### **Ihr Ansprechpartner**

AZ fundraising services | Sabine Wagner-Schäfer

Phone: +49 5241-80-71490

E-Mail: [sabine.wagner-schaefer@bertelsmann.de](mailto:sabine.wagner-schaefer@bertelsmann.de)

Mit integrierten Konzepten bietet AZ fundraising services Lösungen für ganzheitliches Fundraising. Wir sind ein Tochterunternehmen des marktführenden data-driven Multi-Channel-Marketing Anbieters AZ Direct. Mehr Informationen: [www.az-fundraising.de](http://www.az-fundraising.de)

## **Der Case im Überblick**

### **Aufgabe**

- missio möchte seine crossmediale Präsenz erhöhen, um Bestandsspender zu reaktivieren und neue Spender zu gewinnen

### **Kozept**

- AZ fundraising services unterstützt missio mit ihrem Zielgruppenonboarding, um die Performance der Kampagnen zu steigern

### **Ergebnis**

- Signifikante Erhöhung der Werbewirkung und Steigerung der Kampagnenperformance
- Zahlreiche Bestandsspender und Neukunden konnten erreicht werden