



Aufbau eines regionalen Händlernetzwerkes für die S-Vorteilswelt mit PAYBACK

S-Vorteilspartner | Adressmanagement



Dezember 2024

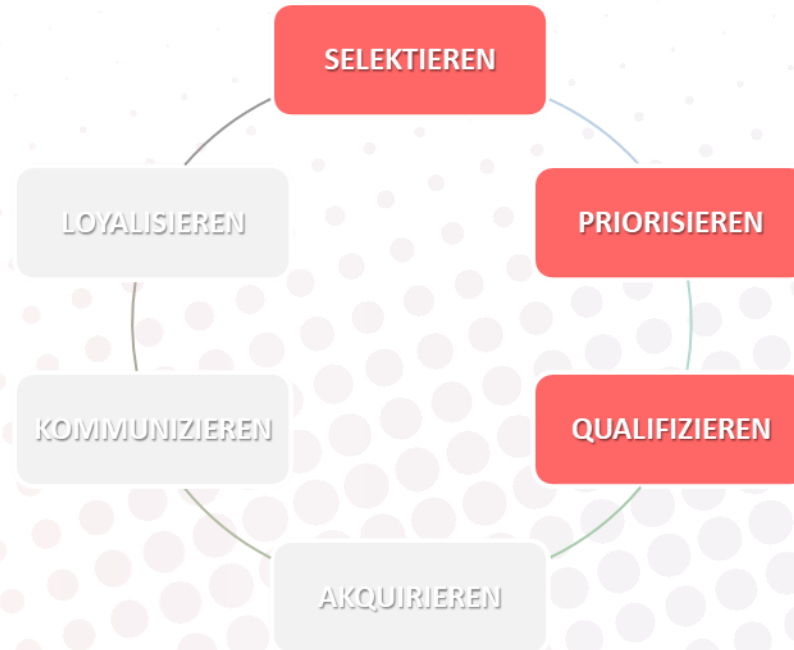
Kooperationspartner
S-Communication
Services

Agenda

- 1 Erfolgsfaktoren
- 2 Datenbasis selektieren
- 3 Zielgruppen
- 4 Adressen priorisieren
- 5 Potenzial qualifizieren

01 | Erfolgsfaktoren [1]

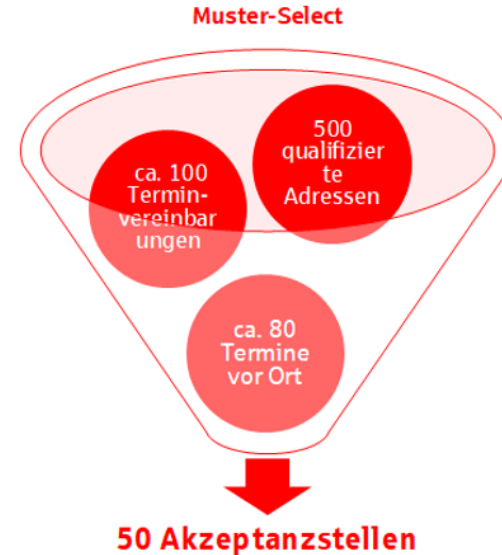
Für eine erfolgreiche, zielgerichtete S-Vorteilspartner Akquise, werden im Rahmen des Adress-Managements valide Informationen zu potenziellen Zielkunden generiert.



01 | Erfolgsfaktoren [2]

S-Vorteilspartner / Selektieren, Priorisieren, Qualifizieren

- Die S-Markt & Mehrwert liefert einen Muster-Selekt für den initialen Datenabruf aus OSPlus. Durch nachfolgende Prozesse (priorisieren, qualifizieren) werden potenzielle S-Vorteilspartner identifiziert.
- Anhand von Adresslisten „telefonierbarer und geeigneter“ Partner erreichen Sie aus 100 Adressen ca. 40 Termine und daraus ca. 25 neue Partner.
- Bei qualifizierten Überleitungen Ihrer Berater an die Akquisiteure wandeln Sie bei 100 Überleitungen ca. 85 – 90 in Termine und daraus erfolgen ca. 50 – 60 neue Partner – die Effizienz steigt um Faktor 2.



02 | Datenbasis selektieren [1]

Grundsätzliche Anmerkungen zum Musterselekt (Excel-Makro):

Es werden insgesamt 3 Auswertungen benötigt: ein OSPlus Report, eine Auswertung aus IDV-Office und der Stammdatenreport der PAYONE. Im Anschluss sind die Ergebnisdateien gematched.

(Zur Unterstützung erfolgt die Bereitstellung einer Excel-Makro, über welches das automatisierte Matching erfolgen kann.)

A1. Gutschriften mit Hinweis auf Terminalumsätze → OSPlus Report

(Identifiziert werden ausschließlich wirtschaftlich selbstständige und juristische Personen (Privatpersonen bzw. wirtschaftlich unselbstständige Personen sind ausgeschlossen). Zusätzlich werden alle Kunden, die einer Datennutzung gem. DSGVO ausdrücklich widersprochen haben, ausgeschlossen. Dies kann weiter geschärft werden, wenn nur Kunden selektiert werden, die ausdrücklich ihr Einverständnis gegeben haben. Bei den wirtschaftlich selbstständigen Personen ist der gewerbliche und der private Adresssatz üblicherweise gleich.)

A2. Kundenstammdaten → IDV-Office

(Umsatzdaten der wirtschaftlich selbstständigen bzw. juristischen Personen, die auf Gutschriften von Netzbetreibern (Terminalanbietern) hindeuten. Hier werden nur die Umsätze von Kunden ausgewertet, die der Datennutzung und der Zahlungsstromanalyse nicht widersprochen haben. Auch hier Schärfung über ausdrückliches Einverständnis)

A3. Stammdatenreport der PAYONE (Terminalbestandsliste)

02 | Datenbasis selektieren [2]

Weitere Information zur Datenqualifizierung:

- a) Die relevanten „S-Vorteilspartner-Branchen“ wurden bereits im Select berücksichtigt (PAYBACK Exklusivitäten beachtet).
- b) Sollten bestimmte OE-Nummer ausgeschlossen werden?
Beispiele:
OEs für Sanierungskunden
OEs für inaktive Kunden, deren Daten gelöscht werden sollen.
- c) Sind im Select Verbundführer hinterlegt mit Verbundmitgliedern die ermittelt und wegen Ausschluss einer doppelten Ansprache ausselektiert werden sollten?

03 | Zielgruppen [1]

Nur mit Ihnen sind wir einzigartig!

Die regionalen Partner

- Auto & Motorrad
- Baby, Kind & Spielzeug
- Blumen, Geschenke & Bürobedarf
- Dienstleistungen
- Essen & Trinken (inkl. lokaler Getränkehändler)
- Haus & Garten
- Hobby und Freizeit
- Hotels & Reisen
- Kunst & Kultur
- Mode & Kleidung
- Restaurants & Cafés
- Sport & Outdoor
- Technik und Elektronik
- Tierbedarf
- Uhren & Schmuck
- Wellness, Beauty & Gesundheit
- Wohnen & Einrichten



03 | Zielgruppen [2]

(Übersicht der relevanten Branchen)

| Kategorie | Beispiele | Teilnahme möglich |
|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| Auto & Mobilität | Autohaus, KFZ-Werkstatt, Parkhäuser, Fahrschulen, etc. | ✓ |
| Blumen & Geschenke | Floristik, Gärtnerei, etc. | ✓ |
| Dienstleistungen | Sicherheitstechnik, Textilreinigung, Fotograf, Physiotherapie, Musikschule, etc. | ✓ |
| Einkaufen | Antiquitätenhandel, Modegeschäfte, Fahrradhändler, Juwelier, Parfümerie, Bastel- und Schreibwaren, Schuh-Lederwaren, etc. | ✓ |
| Elektronik & Computer | Car-Hifi, Elektrofachhandel, Hausgeräte, Computer, Home-Entertainment, etc. | ✓ |
| Kino & Bühne | Kino, Theater, Oper, Varietè, etc. | ✓ |
| Lebensmittel | Wein & Sekt, Feinkost, Metzger, Bäckereien, Biomarkt, lokale Getränkehändler | ✓ |
| Hotels, Restaurants & Cafés | Hotels, Pensionen, Restaurant, Café, Bistro, Brauereien, Imbiss, Pizzeria, etc. | ✓ |
| Beauty & Wellness | Friseur, Massage, Maniküre, Beautyklinik, Solarien, Thermen | ✓ |
| Sport, Freizeit & Gesundheit | Fitness-Studio, Zoo, Indoor-Spielplatz, etc. | ✓ |
| Wohnen & Einrichten | Baumärkte, Raumausstatter, Designer-Möbel, Bäder, Einrichtungshäuser, etc. | ✓ |
| Tierbedarf | Einzelhandel für Tierbedarf | ✓ |

03 | Zielgruppen [3]

(Diese Branchen können Direktvorteilspartner werden)

| Kategorie | Beispiele | Teilnahme möglich |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| Optiker | Show your Card: Sparkassenkarte oder Coupon. Beispiel: 5 % auf Brillengläser | nach Absprache |
| Getränkehandel | Show your Card: Sparkassenkarte oder Coupon. Beispiel: x % auf Wasser, Bier oder Zugabe | nach Absprache |
| Gartencenter | Show your Card: Sparkassenkarte oder Coupon. Beispiel: 20 % Stauden (befristete Aktion) | nach Absprache |
| Apotheken | Coupon aktional (digital oder in Magazin). Beispiel: Nachlass auf rezeptfreie Produkte (befristete Aktion) | nach Absprache |
| Buchhandel | Show your Card: Sparkassenkarte oder Coupon. Beispiel: x % auf Schreibwaren | nach Absprache |
| Kiosk | Show your Card: Sparkassenkarte oder Coupon. Beispiel: Kaffee zum halben Preis | nach Absprache |

03 | Zielgruppen [4]

(Branchenausschluss)

| Kategorie | Beispiele | Teilnahme möglich |
|------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|-------------------|
| Lebensmitteleinzelhandel (Vollsortiment und Discounter) | Exklusivitätsklausel PAYBACK | Nein |
| Tankstellen | Exklusivitätsklausel PAYBACK | Nein |
| Drogerien | Exklusivitätsklausel PAYBACK | Nein |
| Waschstraßen | Exklusivitätsklausel PAYBACK | Nein |
| Taxiunternehmen | Preisbindung Personenbeförderungsgesetz | Nein |
| Arzneimittel | Preisbindung rezeptpflichtige Arzneimittel | Nein |
| Tabakwaren | Preisbindung Tabakwaren | Nein |
| Systemgastronomie | Exklusivitätsklausel PAYBACK | Nein |

04 | Adressen priorisieren

- Der Muster-Select gibt zur Priorisierung bereits in den Spalten einen Code aus, welcher Herkunft über die Adress-Qualität gibt:
 - Prio a1: Terminalkunden MIT Firmierung
 - Prio 1b:
 - Prio 1 c
 - Prio 1 d
- Inhalt wird nach ersten Umsetzungen laufend geprüft und ggf. angepasst.
- Zudem gibt es nach dem gleichen Schema Kunden mit Prio 2. Diese Kunden entstammen aus weniger geeigneten Branchen und sollten ggfs. erst zu einem späteren Zeitpunkt in die Akquise einfließen.
 - Innerhalb der Prioritäten lässt sich weiter nach Branchen priorisieren. Dazu lassen sich die Spalten „Wirtschaftszweig“ 5-stellige Nummer sowie Kurzbeschreibung auswerten.
 - Zur Sicherstellung eines umfangreichen, für die Endkunden relevanten Branchenmix, wird im Rahmen der Akquise laufend analysiert und bewertet.

05 | Potenzial qualifizieren

- Nachdem mittels selektieren und priorisieren einzelne Adress-Tranchen erstellt wurden, können die Adressen nun unter Mitwirken der Sparkassen-Berater und Beraterinnen qualifiziert werden.
- Die Zuordnung der Adressen erfolgt über die Spalten „GESCHAEFTSSTELLE“, „SERVICECENTER“ und „BERATERPLATZ“.

| GESCHAEFTSSTELLE | SERVICECENTER | BERATERPLATZ |
|------------------|---------------|--------------|
| 552 | 12 | 4 |
| 552 | 12 | 1 |
| 999 | 99 | 99 |
| 971 | 1 | 1 |
| 999 | 99 | 99 |
| 105 | 52 | 5 |
| 113 | 54 | 9 |
| 105 | 52 | 3 |
| 945 | 1 | 1 |
| 113 | 54 | 9 |
| 602 | 12 | 1 |
| 999 | 99 | 99 |
| 23 | 60 | 1 |
| 105 | 52 | 6 |
| 999 | 99 | 99 |

Fragen zur Klärung:

- Ist der Kunde aktuell/aktiv?
- Ist die Kundenadresse korrekt?
- Ist der richtige Ansprechpartner angegeben?
- Gibt es Besonderheiten?

Inhalt wird nach ersten
Umsetzungen laufend
geprüft und ggf. angepasst.

Sparkasse und PAYBACK – das bundesweit größte Partnernetzwerk



Go-Live:
Q1 2025

Impressum & Credits

©2022 S-Markt & Mehrwert GmbH & Co. KG, alle Rechte vorbehalten

Grenzstraße 21, 06112 Halle

Telefon: +49 345 569-0

Internet: www.s-markt-mehrwert.de

E-Mail: agentur@s-markt-mehrwert.de

Diese Präsentation einschließlich aller ihrer Teile, insbesondere auch deren Layout, ist durch das Urheberrecht geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Veröffentlichungen, Vervielfältigungen, Veränderungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Der Inhalt und die Ideen dieser Präsentation sind vertraulich und dürfen ohne Zustimmung der S-Markt & Mehrwert nicht weitergegeben oder auf irgendeine Weise weiterverwendet werden.