



André Schmidt,
Ekkehart Schmidt,
Tanja Jacob,
Michael Färbinger,
Daniel Wrieden (v. l.)

Sodexo Pass GmbH

Erschließung neuer Kundenpotenziale und Steigerung der Effizienz

Ausgangssituation und Zielsetzung

Die Sodexo Pass GmbH (Sodexo) ist Teil der weltweit marktführenden Sodexo Gruppe, die Verpflegungseinrichtungen in 80 Ländern bewirtschaftet und mit ihren Dienstleistungen täglich 40 Millionen Menschen erreicht. Sie bietet Unternehmen und dem öffentlichen Sektor maßgeschneiderte Leistungen und Full Service von der Bestellung bis zur Abrechnung verschiedener Dienstleistungsschecks und -karten an. Dazu gehört unter anderem der „Restaurant Pass“, der von den teilnehmenden Unternehmen als bargeldloser Essenszuschuss an die Mitarbeiter ausgegeben wird. Zur Identifizierung potenzieller Neukunden wünschte Sodexo eine Offenlegung der bislang nicht abgedeckten Marktpotenziale für

Mailings. Dazu galt es eine umfangreiche Analysedatenbank zu erstellen, die für interne Abgleiche sowie die daraus resultierenden Neubestellungen nutzbar sein sollte.

Vorgehen

Zunächst galt es, eine auf die individuellen Anforderungen von Sodexo angepasste Analysedatenbank für Deutschland zu entwickeln und zu programmieren. Sie beinhaltete eine Potenzialübersicht gemäß den gewünschten Selektionskriterien inklusive einer Auflistung der lieferbaren Zusatzinformationen. Diese Übersicht wurde intern mit der eigenen Datenbank abgeglichen. Anschließend gab das Unternehmen selektiv die gewünschten Potenziale in Auftrag. Im Verlauf der nächsten anderthalb Jahre lieferten bedirect sowie ein Wettbewerber, der bereits im Vorfeld für das Unternehmen tätig gewesen war, weitere Adressen. Nach kurzer Zeit war zu beobachten, dass der Anteil der über bedirect bezogenen Daten stärker zunahm als der des Mitbewerbers. Innerhalb dieses Zeitraums vergrößerte sich der Datenbestand des Kunden aus zugekauften Adressen, Response aus Neukundenaktionen sowie dem Tagesgeschäft von 50.000 auf 140.000 Datensätze. Aufgrund der entstandenen Datenfülle erfolgte ein Abgleich mit dem Ursprungsdatenbestand, um fehlerhafte und unbrauchbare Adressen sowie Dubletten zu eliminieren. Außerdem unterzog bedirect den gesamten Datenbestand einem Komplettabgleich. Unter Einsatz des so genannten bedirect PROFILER ident und mittels Anreicherung der so genannten bedirect Firmen-ID als Referenznummer konnten alle Adressen überschneidungsfrei geliefert werden.

Fazit

Die Programmierung einer individuellen Analysedatenbank eröffnete Sodexo neue Marktpotenziale. Durch den Einsatz von bedirect PROFILER ident konnte die Arbeit mit der Sodexo internen Datenbank deutlich in ihrer Effizienz und Schnelligkeit gesteigert werden. Die Verwendung von Adressen in SELECT-Qualität bewirkte einen kontinuierlichen Mehrumsatz, da mehr Neukunden angesprochen, Streuverluste minimiert, Produktionskosten eingespart und Bonitätsrisiken reduziert wurden. Zusätzlich ist jedes zukünftige Update dank bedirect Firmen-ID einfacher und somit günstiger; neue Adressen können netto überschneidungsfrei geliefert werden.

Projektverantwortung:

Konstantinos Sigas, Leiter Marketing & Business Development [Sodexo Pass]

Norbert Kleinegrauthoff [bedirect]

Armin Weiss [Creditreform Frankfurt/Main]