

PRODUKTBLAD - Analys & Affärsutveckling

Analys & Affärsutveckling

PressData har en lång och gedigen erfarenhet när det gäller att hjälpa sina kunder med analyser och affärsutveckling av deras egna verksamheter. I takt med att samhället idag utvecklas snabbare än någonsin och att konkurrensen blir allt tuffare, är kunskapen om de egna medlemmarna och givarna viktigare än någonsin för att nå högsta möjliga intäkt till lägsta möjliga kostnad.

PressData erbjuder ett stort antal basanalyser som hjälper till att vässa er affärsutveckling.

Vid behov och önskemål tar vi även fram mer

skraddarsydda analyser i samråd med dig som kund. Samtliga analyser presenteras i en skriftlig rapport med tillhörande sammanfattning, rekommendation och slutsats. Flertalet av våra kunder önskar också en muntlig presentation av och diskussion om rapporten.



Några exempel ur PressDatas analysportfölj:

Tvillinganalys;

Syfte: Ger ett underlag för mediaplanering;

inköp av adresser, inköp av annan direktmedia, print, online, film mm.

- För en utvald grupp, t ex de som responderat på föregående kampanj: hur ser deras sociodemografiska profil ut?
- Gruppen jämförs mot offentlig data ur befolkningsregistret och andra tillgängliga källor t ex TNS Sifo och MOSAIC.

Kampanjanalys;

Syfte: Att ge en samlad bild av ett kampanjresultat som underlag för lönsamhetsanalys.

- Per målgrupp i kampanjen: Respons-%, snittintäkt per respondent, snittintäkt per bearbetad.
- Beräknad ROI för kampanjen som helhet och per delmålgrupp: intäkt dividerat med kampanjkostnad.

Resultatet ger en kunskapsbank av nyckeltal för att kunna planera och effektberäkna nya kampanjer.

Lönsamhetsanalys; Livstidsvärde

Syfte: Ger ett underlag för beslut av typen "Hur mycket får det kosta att rekrytera en ny givare eller medlem?"

"Hur lång tid tar det att nå break-even för en nyrekryterad givare?"

- Analysen är mest lämpat för givare som betalar via autogiro, dvs engagemang av typen Fadder/månadsgivare. Vi analyserar intäkt över tid i relation till avhopsgrad över tid, vilket ger ett beräknat livstidsvärde för varje nyrekryterad givare.

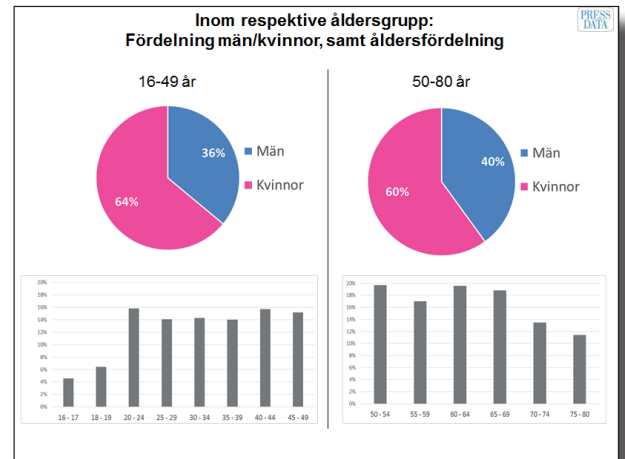
PRODUKTBLAD - Analys & Affärsutveckling

Kundstrukturanalys;

Syfte: Att ge dig som organisation en helhetsbild av er givarbas och ge underlag för strategiska beslut för insamlingsverksamheten.

Du får svar på frågorna:

- Hur ser intäktsdynamiken och givarprofilen ut för de olika engagemangsformaten?
- Hur ser nyckeltalen ut som påverkar nettoantalet givare? En beskrivning av lojalitetsgrad, avhoppssandel, samt inflöde av nya medlemmar och givare i ett helårsperspektiv.
- Hur beroende är den totala intäkten av de mest värdefulla givarna? Hur ser potentialen ut i de segment som i nuläget bidrar med lägre intäktsnivåer?



Scoringmodell för att predicera responsbenägenhet;

Syfte: Att kunna "flagga upp" varje givare i basen med en sannolik responsbenägenhet. Vilket blir ett handfast underlag för att kunna göra effektiva kampanjurval.

- Analys av tillgänglig data i er givarbas.
- Resulterar i en s.k scoringmodell, vilket skapar en ny segmentering: Responsbenägenhet.
- Scoringmodellen appliceras sedan månadsvis på hela givarbasen och uppdaterar segmenteringen.
- Urval för kampanjer görs med hjälp av segmenteringen.

Resultatet ger en kunskapsbank av nyckeltal för att kunna planera och effektberäkna nya kampanjer.

PressData tillhandahåller bl a följande tjänster:

- Uppföljning
- Statistik
- Analys
- Segmentering
- Slutsats
- Rekommendation
- Scoring
- Genomförande

Intresserad av att veta mer om
PressDatas Analys- och affärsutveckling?

Kontakta oss redan idag!