

In germania si gestiscono i cambi d'indirizzo

In Germania c'è un database che censisce chi cambia casa. E' disponibile sia il vecchio indirizzo postale sia il nuovo. I database di marketing possono essere così "ripuliti" e aggiornati. Anche le normali liste d'indirizzi usate per il list-rental vengono mantenute "vive" e reattive.

Ma è Stephan Merz a spiegarci di più. **Stephan Merz** è direttore generale di D-2M in Germania. Per oltre 10 anni ha occupato ruoli di sviluppo di Direct Marketing Internazionale in aziende come Schober Direct Media e Direct Success. Occupa una posizione sia nell'associazione tedesca del direct marketing (DDV) sia nella Fedma ed è uno dei fondatori di Lists4Europe.

" Dal 1994 Deutsche Post Adress offre come servizio la lista di coloro che cambiano casa. Il match del vecchio indirizzo con un database di marketing permette di aggiornare i dati del cliente/prospect inserendo così il nuovo recapito. I dati vengono raccolti da un modulo che viene compilato dall'interessato quando trasloca e che s'intitola : " segui la mia posta". In pratica il tedesco che cambia casa non perde nessuna corrispondenza perché gli viene recapitata nel nuovo indirizzo. Nel modulo c'è una precisa frase riportata a cui l'80% dei tedeschi acconsente e cioè che i database promozionali possono usare queste informazioni per aggiornamento. Chiaramente ci si può opporre a tutto ciò e infatti il 20% dei tedeschi cambia casa e non si preoccupa che i database di marketing conoscano il nuovo recapito.

Fatto sta che circa 1.200.000 tedeschi all'anno vengono censiti come movers (su un totale di 38 milioni di famiglie).

Il 70% è maschio, esiste un altissima sovrapposizione con l'elenco telefonico e la lista è selezionabile geograficamente, per età e tipo di abitazione. Oltre che per aggiornare il database marketing il nuovo indirizzo può essere utile in fase di prospezione come una normale lista esterna e in questo caso movers4rent è una lista appositamente commercializzata dalla ditta SAZ. Un'idea dei costi per aggiornare un database di marketing ?

1.15 euro per indirizzo matchiato/scontrato con il proprio database.

Il match viene eseguito presso centri esterni riconosciuti come Deutsche Post Partners.

Nel caso di pulizia di una lista esterna usata in fase di prospezione il costo è di 0,28 euro a record matchiato/scontrato."

Invece i costi d'affitto dei nuovi recapiti variano in funzione della freschezza (0,23 € cad. i recentissimi e 0,12 € cad. i meno recenti) Se volete saperne di più contattate Stephan Merz : info@d-2m.de