

# Fitness für Gesundheitsprodukte

Mit einer zunehmend differenzierten Kundenansprache und einer in sich rollierenden Anstoßkette von derzeit 12 Hauptanstoßen pro Jahr ist die Belafit Versand GmbH aus Augsburg trendbestimmend im Versandsegment Gesundheitsartikel. Seit November 2003 optimiert Belafit seine Katalogversendungen durch eine Softwarelösung der prudsys AG für Data-Mining- und OLAP-basierte Responseanalysen und verbessert so zielgerichtet einerseits die Auswahl der Bestands-/Reaktivierungskunden und andererseits die Gewinnung neuer Kunden.



Vor sieben Jahren wurde der Gesundheitsdienst Belafit als Versandhaus gegründet und hat in dieser Zeit eine außergewöhnliche Entwicklung genommen. Mehrere hunderttausend Menschen in Deutschland und Österreich zählen heute zu den Kunden dieses speziell auf die Bedürfnisse der älteren Generation ausgerichteten Versandhauses, das mittlerweile ein Sortiment von über 7.000 Artikeln aus dem Gesundheitsbereich im weitesten Sinne des Wortes in seinen Katalogen und Anzeigen-Ver-

## Belafit Gesundheitsdienst

*„Die kontinuierliche und gezielte Markterweiterung ist schon immer ein strategisches Anliegen von Belafit gewesen. Dank prudsys lässt sich unser Erfolg konsequenter steuern und messen, genau nach unserem Sinn.“*

Markus Plum, Ltr. Marketing/Vertrieb  
Belafit Versand GmbH

öffentlichungen anbietet. Die Idee, die vor sieben Jahren zur Gründung dieses Versandhauses führte, war ebenso einfach wie naheliegend: Der ständig wachsenden Zahl älterer Menschen sollte ein umfangreiches Sortiment von solchen Produkten über den Versandhandel angeboten werden, die auf die Bedürfnisse und die spezielle Lebenssituation unserer Senioren ausgerichtet sind.

Das breitgefächerte Sortiment umfasst heute Produkte wie den bequemen Fernsessel, ebenso wie eine Fülle von Artikel für die Fußpflege und Schuhwerk für Problemfüße, Lebenshilfen für den häuslichen Alltag, medizinische Geräte vom Blutdruckmesser bis zur Gehhilfe und neuerdings auch seniorenrechtliche Kleidung. So erspart sich der Belafit-Kunde die gerade für den älteren Menschen oft mühevoll Suche nach dem für ihn Geeigneten im örtlichen Handelsangebot, sofern ein solches in stadtfernen Gebieten überhaupt vorhanden ist.

Die wachsende Zahl zufriedener Kunden, die sich mit jedem Jahr um 100.000 erhöht, zeigt, dass der Gesundheitsdienst Belafit mit seinem Angebot auf dem richtigen Weg ist und den Bedürfnissen der älteren Generation in jeder Weise gerecht wird.

Motor für die Belafit-Erfolgsgeschichte ist die konsequente Konzentration auf das Wesentliche. Mit dem Blick auf seine stetige und gezielte Markterweiterung und der dabei mit heutigen Mitteln der Datenanalyse erreichbaren Erfolge stattete sich das Augsburger Unternehmen Mitte 2003 mit dem Know-how und Werkzeugen der sächsischen Data-Mining-Spezialisten prudsys aus. Das Bergbau in Sachsen Tradition hat, ist wohl bekannt, dass moderne Formen wie Data Mining auch dazu gehören, hat sich mittlerweile ebenso herumgesprochen.

Die Anwendung der Prudsys-Tools sind sowohl für professionelle EDV-Anwender wie auch den zielorientierten Marketing-Menschen möglich. Neben der unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten Auswahl geeigneter Adresspools (durch Data-Mining), können komplexe Zusammenhänge und Detailbetrachtungen sehr schnell dargestellt werden. Wo früher aufwendige Einzelselektionen notwendig

waren, um eine Kennzahl zu ermitteln, können heute auf Knopfdruck in Echtzeit Sachverhalte aus verschiedenen Perspektiven betrachtet werden.

Im Ergebnis ist Belafit jetzt in der Lage, seine Markterweiterung gezielt auf erkannte lukrative Kundensegmente zu steuern und auch beim Zukauf von Fremddressen bewusst wertorientiert einzukaufen.

### Zusammenfassung

#### Eingesetzte Produkte:

- prudsys PREMIER
- prudsys DISCOVERER
- MERKUR MINER PLUS

#### Erreichte Ziele:

- Steigerung der Responsequote bei gleichzeitiger Auflagenerhöhung
- Vorhersage der Responsewahrscheinlichkeit für Fremddressen