

VOICEOFMERCY.COM Ebook and Manual Reference

SEGMENTIERUNG FÜR NONPROFIT ORGANISATIONEN EBOOKS 2019



Author: Markus Theiling

Realese Date: Lanzamiento previsto: @@expectedReleaseDate@@

Studienarbeit aus dem Jahr 2005 im Fachbereich Statistik, Note: 1,0, Universität Osnabrück (Fachbereich Wirtschaftswissenschaften), Veranstaltung: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre Seminar, 10 Quellen im Literaturverzeichnis, Sprache: Deutsch, Abstract: Da Spendenorganisationen als karitative Einrichtungen ihre aus freiwilligen Zuwendungen finanzierten Leistungen an Dritte weitergeben, müssen die aufzuwendenden Mittel für die Kommunikation mit den Spendern möglichst gering gehalten werden. Im Idealfall wären ausschließlich diejenigen Personen zu kontaktieren, von denen mit Sicherheit heute und zukünftig Einzahlungsüberschüsse zu erwarten wären. Dies ist allerdings aufgrund fehlender a-priori Informationen über die Bevölkerung nicht möglich. Daher sollten die Organisationen vor einem direct mailing die zur Verfügung stehenden Adresslisten segmentieren, um verschiedene Gruppen loyaler Spender zu isolieren, die langfristig zur Erreichung der Ziele der Organisation beitragen. Dabei ist ein Entscheidungskriterium zu bestimmen, anhand dessen ein solcher Beitrag gemessen werden kann, um schließlich rentable Segmente für das mailing zu selektieren (Target marketing). Mit dem Fokus auf dem Instrument des direct mailing sollen im nächsten Abschnitt gemäß der Vorgangsweise einer Target Marketing Strategie zunächst Variablen aufgezeigt werden, durch welche eine Gruppierung vorhandener Spenderlisten ermöglicht wird. Dazu sind allgemeine Kriterien zu untersuchen, die generell an Segmentierungsvariable zu stellen sind. Gemäß der so identifizierten Variablen soll gezeigt werden, welche Methoden auch bei minimalem Informationsstand zur Gruppenbildung eingesetzt werden können. Im dritten Abschnitt soll in Anlehnung an Ruhland auf Basis von Markov-Ketten ein Entscheidungskriterium zur Selektion solcher Segmente entwickelt werden, die in einer langfristigen Sichtweise zum Erfolg der Organisation beitragen. Zu diesem Zweck sind eingehend zu diesem Abschnitt die Annahmen homogener Markov-Ketten 1. Ordnung zu diskutieren. Letztlich soll die Selektion anhand des Entscheidungskriteriums dargelegt werden. Die Vorgangsweise einer Target Marketing Strategie zeigt Abb. 2 im Anhang A. Dabei soll in dieser Arbeit der Fokus auf den ersten vier Schritten liegen.

Great ebook you want to read is Segmentierung Für Nonprofit Organisationen Ebooks 2019. You can Free download it to your computer with simple steps. VOICEOFMERCY.COM in simple step and you can Free PDF it now.

We're the leading free PDF for the world. Platform is a high quality resource for free Kindle books. Here is the websites where you can free books download. You can easily search by the title, author and subject. Platform is a volunteer effort to create and share e-books online. No registration or fee is required, and books are available in ePub, Kindle, HTML and simple text formats. If you're looking for a wide variety of books in various categories, check out this site. We have designed the website with easy to navigate interface.

[DOWNLOAD Now] Segmentierung Für Nonprofit Organisationen Ebooks 2019 [Reading Free] at VOICEOFMERCY.COM

[Ellie bedford](#)

[Sabrina bedford](#)

[Confessions from correspondentland](#)

[1984 von george orwell lektürehilfe](#)

[Practise sats tests the space age bag 9 12 years](#)

Back to Top