



1. Anzahl Lose und Kunde mit abweichendem Kontoinhaber im Los bzw. Abbuchungskonto

Zweck:

Identifikation von Gewinnsparlosen, bei denen der Kontoinhaber des Abbuchungskontos nicht mit dem Losinhaber übereinstimmt.

Nutzen:

- Transparenz bei Fremddabbuchungen
- Steigerung des Losabsatzes

2. Anzahl Lose und Kunden mit externer Bankverbindung im Abbuchungskonto

Zweck:

Ermittlung von Kunden, deren Gewinnsparlose über ein Konto bei einer externen Bank abgebucht werden.

Nutzen:

- Transparenz bei Fremddabbuchungen
- Möglicher Ausbau der Geschäftsverbindung
- Steigerung des Losabsatzes

3. Kunde hatte vor 6 Monaten bereits Lose

Zweck:

Analyse der Kundenhistorie zur Identifikation von Wiederkäufern bzw. reaktivierten Kunden. (Rückgewinner)

Nutzen:

- Kundenbindung
- Rückgewinner
- Steigerung des Losabsatzes

**Vertriebliche Ansprache Gewinnsparlöse:**

Kunden mit früherem Losbestand haben bereits eine positive Erfahrung mit Gewinnsparen gemacht.

Argumentation: „Sie hatten bereits Lose – möchten Sie Ihre Gewinnchance wieder erhöhen und gleichzeitig regionale Projekte unterstützen?“

4. Vereinsvertreter und Vereinsmitglieder mit und ohne Gewinnsparlöse**Zweck:**

Auswertung der Gewinnsparnutzung im Vereinsumfeld.

Nutzen:

- Vertriebsansatz für Vereine
- Vereine auf Gewinnsparen aufmerksam machen (Spenden in der Region)
- Losabsatz stärken

Vertriebliche Ansprache Gewinnsparlöse:

Vereinsumfelder sind besonders affin für regionale Förderung.

Argumentation:

- Gewinnsparen unterstützt Projekte in der Region
- Vereine profitieren von Spendenmitteln
- Mitglieder können aktiv „ihren“ Verein stärken

Gesprächsansatz: „Mit jedem Los unterstützen Sie Projekte in unserer Region – möglicherweise auch Ihren eigenen Verein.“



5. Spendenbericht und Lotterie in einem Bericht (Umsätze)

Zweck:

Kombinierte Darstellung von Lotterie- und Spendenumsätze

Nutzen:

- Kunden mit Affinität für Spenden (Helfen)
- Kunden mit Affinität für Lotterien (Gewinnen)

Vertriebliche Ansprache Gewinnsparlöse:

Kunden mit Spendenaktivität sind klar sozial engagiert und zeigen Affinität zu gemeinnützigen Zwecken.

Ideale Argumentation:

- Gewinnsparen kombiniert Sparen, Gewinnen und Spenden
- Ein Teil des Lospreises fließt direkt in regionale Projekte
- Nachhaltige und lokale Wirkung
- Gewinnchancen sind beim GSV deutlich höher als bei herkömmlichen Lotterien

Gesprächsansatz:

„Da Ihnen Spenden wichtig sind: Mit Gewinnsparlösen unterstützen Sie regelmäßig Projekte direkt hier in unserer Region – und haben zusätzlich Gewinnchancen.“



6. Abbuchung fremde Lotterien

Zweck:

Identifikation von Kunden mit Umsätzen aus fremden Lotterien.

Nutzen:

- Wettbewerbserkennung
- Vertriebsimpulse

Vertriebliche Ansprache Gewinnsparlöse:

Diese Kunden sind grundsätzlich lotterieaffin und bereit, regelmäßig Einsätze zu leisten.

Ansatz:

- Umschichtung auf Gewinnsparen
- Hinweis auf regionale Spendenkomponente
- Kombination aus Sparanteil + Gewinnchance

Argumentation:

„Statt bei anonymen Anbietern mitzuspielen, können Sie mit Gewinnsparlöse gleichzeitig sparen, gewinnen und regionale Projekte unterstützen.“

7. Kunden mit 1–9 Lose

Zweck:

Segmentierung von Kunden mit geringer Losanzahl.

Nutzen:

- Upselling-Potenzial
- Kampagnensteuerung
- Steigerung des Losabsatzes

Vertriebliche Ansprache Gewinnsparlöse:

Diese Kunden sind bereits überzeugt, schöpfen ihr Potenzial jedoch noch nicht aus.

- Ansprache auf „10 ist Trumpf“