



## Crowd Guru liefert kundenspezifisch optimierte Vertriebsdaten

### Recherche von Merkmalen zur individuellen Zielgruppensegmentierung

#### Unser Kunde

Die [Natural Dental Implants](#) AG (NDI) ist auf Systeme für Zahnimplantationen spezialisiert. Sie hat das *Replicate Implantat System* entwickelt, eine Lösung für das Ersetzen zerstörter Zähne. Bei dieser Methode wird ein einzelner kaputter Zahn durch einen künstlichen Zahn ersetzt, der eine exakte Kopie des Originalzahnes darstellt. Ärzte, die im Bereich Implantologie (Einsetzen von Zahnimplantaten) tätig sind, können die Behandlungsmethode von NDI einfach in ihre Praxis integrieren.

#### Die Herausforderung

NDI brauchte für seinen Vertrieb **Daten zu allen Ärzten, die zur Zielgruppe des Unternehmens** gehören.

Neben Basisinformationen (wie Adresse und Telefonnummer) benötigte NDI detaillierte Auskünfte zu den Ärzten, die vom Vertrieb später als **Segmentierungskriterien zur gezielteren Neukunden-Ansprache** genutzt werden. So kann die **Vertriebsstrategie optimal an spezifische Eigenschaften der potentiellen Neukunden angepasst** werden.

Da bestehende Adressdatenbanken solche spezifischen Daten nicht enthalten (sondern beispielsweise nur Kontaktdaten zu Zahnärzten), setzte NDI auf die individuelle Crowdsourcing-Lösung von Crowd Guru. Die Herausforderung für Crowd Guru bestand darin, für NDI **schnell und zuverlässig eine Adressdatenbank zu potentiellen Neukunden** zu erstellen, die **individuell auf die Bedürfnisse von NDI zugeschnittene Daten** enthält.

**naturaldentalimplants**

#### Die Herausforderung

Als Grundlage für ihren Vertrieb brauchte die Natural Dental Implants AG Daten zu potentiellen Neukunden (Ärzte, die zur Zielgruppe von NDI gehören).

Um den Vertrieb zu optimieren, und die Zielgruppe segmentieren zu können, benötigte NDI neben den Kontaktdaten spezifische Zusatzinformationen zu den potentiellen Kunden. Da es sich hierbei um Daten handelt, die in herkömmlichen Adressdatenbanken nicht enthalten sind, setzte NDI auf die Recherche und Datenanreicherung durch Crowd Guru.

#### Resultat

Aufgrund der kundenindividuellen Lösung von Crowd Guru konnte die Effizienz des Vertriebs von NDI gesteigert werden. Insbesondere:

- Minimierung von Streuverlusten aufgrund aktueller, vollständiger und richtiger Daten.
- Möglichkeit der zielgruppengenauen Kundenansprache aufgrund der recherchierten Zusatzkriterien, mit denen die Zielgruppe segmentiert und genauer spezifiziert werden kann.

Die Recherche war zunächst für vier deutsche Großstädte erforderlich.

#### Die speziellen Anforderungen

Grundvoraussetzungen für die Aufnahme eines Arztes in die Adressdatenbank von NDI waren:

- **Leistungsspektrum des Arztes beinhaltet Zahnimplantationen.** Darunter fallen Spezialisten wie Kiefer- und Oralchirurgen, aber auch alle Zahnärzte, die Implantationen durchführen.



- **Arzt hat seinen Sitz in einer der vier vorgegebenen Städte**

Sind diese beiden Aspekte erfüllt, dienen folgende Kriterien zur genaueren Segmentierung der Zielgruppe:

- **Alter** des Arztes
- **Form der Praxis** (Einzel- oder Gemeinschaftspraxis, Praxisklink)
- **Mitgliedschaft** in einem **Implantologie-Verband**
- Besitz eines **Digitalen Volumentomografen (DVT)**<sup>1</sup>

Der Vertrieb kann auf Basis dieser Informationen potentielle Kunden unterschiedlich und zielgerichteter ansprechen.

## Die Lösung

Für Crowd Guru bestand die Aufgabe aus drei Teilen: Online-Recherche, Datenanreicherung und ggfs. telefonische Datenrecherche.

### 1. Recherche relevanter Ärzte

Die Gurus von Crowd Guru recherchierten alle in den Regionen (anhand der Postleitzahlen) verfügbaren Ärzte, zu deren Leistungsspektrum implantologische Eingriffe gehören. Die Gurus **identifizierten über 1000 zielgruppenrelevante Ärzte** in den vier Städten.

Bereits in diesem Schritt wurde deutlich, dass die Recherche sehr viel Genauigkeit erfordert: Viele der Zahnärzte wiesen auf ihrer Homepage zwar den Bereich Implantologie aus. Die genaue Untersuchung der Gurus ergab aber, dass ein Großteil von ihnen nur auf andere Kollegen (z.B. Kieferchirurgen) verweist. Diese Zahnärzte

gehören somit nicht zur Zielgruppe, da sie selbst keine Implantationen durchführen. Nur durch eine tiefe Recherche war es möglich, diese Ärzte bereits zu Beginn zu identifizieren und aus der Datenbank auszuschließen, um **in der späteren Vertriebsarbeit unnötige Telefonate mit nicht-zielgruppenrelevanten Ärzten zu vermeiden**.

### 2. Online Datenanreicherung

Auf den Homepages der relevanten Arztpraxen recherchierten die Gurus die gewünschten nötigen Informationen.

### 3. Telefon-Recherche

Bei etwa 90 Prozent der Ärzte ging aus den Informationen auf der Website nicht hervor, ob die Praxis über einen DVT verfügt. In diesen Fällen **riefen geschulte Gurus in den Arztpraxen an** und erkundigten sich nach dem Besitz eines DVT-Gerätes.

## Das Resultat

**10 Tage nach Beauftragung lagen NDI die benötigten Daten mit allen gewünschten Merkmalen vor** (Kontaktdaten zu den zielgruppenrelevanten Ärzten in den Regionen, URL zu deren Website, Alter des Arztes, Form der Praxis, Mitgliedschaft in einem Implantologie-Verband, Besitz eines DVT).

NDI erhielt **speziell für das Unternehmen generierte, qualifizierte Daten**. Dadurch ergaben sich zwei Hauptvorteile:

- **Minimierung von Streuverlusten** durch die genaue, auf die spezifische Zielgruppe gerichtete Recherche.
- **Effizientere Kundenakquise** des Vertriebs, da Vertriebsmitarbeiter auf Basis der erhobenen Merkmale potentielle **Neukunden zielgerichteter ansprechen** können.

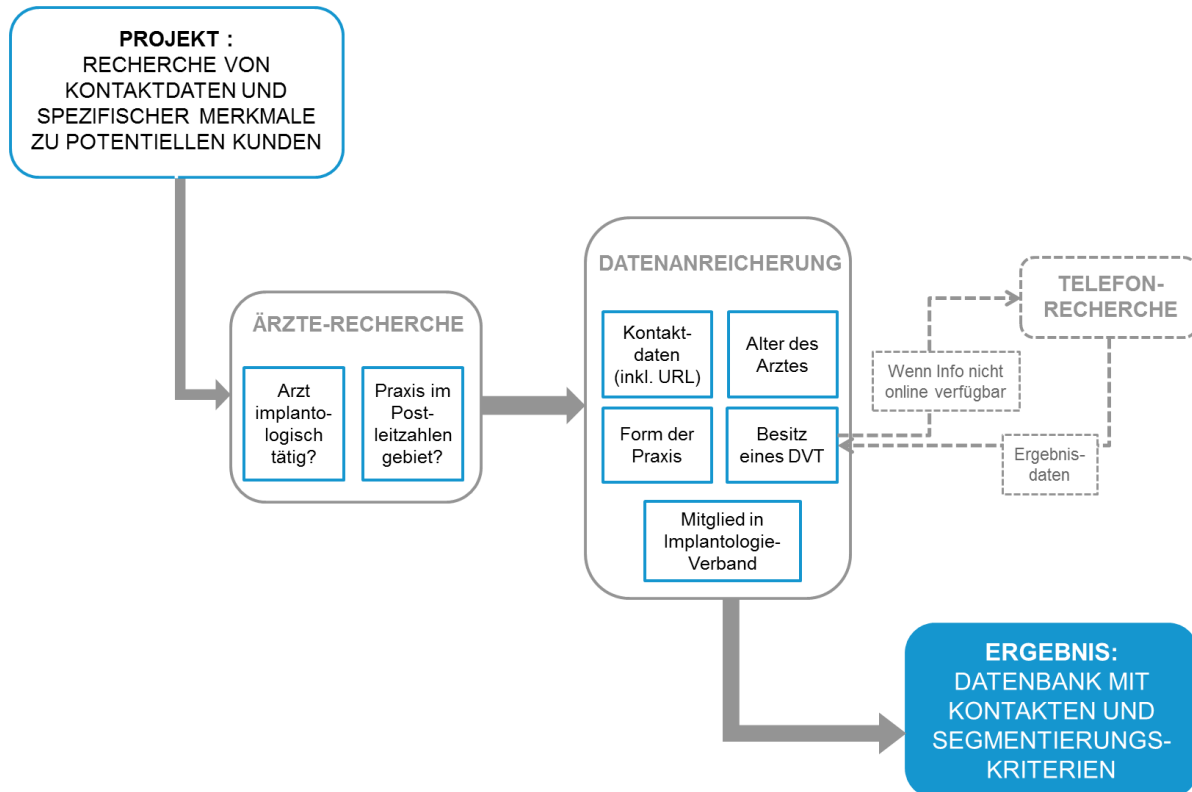
<sup>1</sup> Ein DVT ist ein Gerät zur Durchführung einer Digitalen Volumentomografie. Bei diesem Verfahren wird der Kopf eines Patienten in einer Röhre geröntgt. Die entstandenen Bilder können dreidimensional und auf verschiedenen Ebenen dargestellt werden, was besonders im Bereich der Implantologie von Bedeutung ist.



Fazit: Die **Mitarbeiter im Vertrieb** können sich **direkt ihrem Kerngeschäft widmen**, ohne zunächst Vorarbeit leisten zu müssen. Denn die gelieferten **Datensätze sind aktuell, richtig und vollständig und enthalten alle nötigen Informationen zu den Ärzten, die zur unternehmensspezifischen Zielgruppe von NDI gehören.**

## Die Kosten

Die Recherche der Kontaktdaten und die Weiterqualifizierung des Kontakts anhand der gewünschten Merkmale kostete NDI insgesamt **weniger als zwei Euro pro Datensatz.**



*Schrittweises Verfahren zur Erstellung einer vertriebsoptimierenden Datenbank*

## Über Crowd Guru

Crowd Guru ist einer der bundesweit führenden Crowdsourcing-Dienstleister. Kerngeschäft des Unternehmens ist es, große Projekte von seinen Auftraggebern in Mikrojobs aufzuteilen und von Mikrojobbern (Gurus) erledigen zu lassen. Das Unternehmen nutzt hierfür eine eigene webbasierte Technologie, über die einzelne Aufgaben auf einer Plattform im Netz angeboten, erledigt und wieder zusammengefügt werden. Zum Leistungsangebot von Crowd Guru gehört Texterstellung, Recherche und Datenaufbereitung. Kunden sind insbesondere Unternehmen, die regelmäßig mit großen Datenmengen umgehen müssen, die nicht von Computern bearbeitet werden können. Crowd Guru wurde 2008 gegründet und hat seinen Unternehmenssitz in Berlin. Geschäftsführer ist Philipp Hartje.

Mehr Infos unter [www.crowdguru.de](http://www.crowdguru.de)

Crowd Guru GmbH | Schlesische Straße 26 | 10997 Berlin | [kontakt@crowdguru.de](mailto:kontakt@crowdguru.de) | +49 (0) 30 319 87 088 – 0