

# Gemeinsam zur Wertpapierkampagne (PK/IK)

## Von der Selektion bis zum Kundenkontakt

### S-Rating



Liste von Institutskunden,  
die affin sind, ein bestimmtes  
Produkt zu kaufen

Optimale Kundenauswahl



Optimierung der Modelle  
(Closed Loop)

### Finanz Informatik



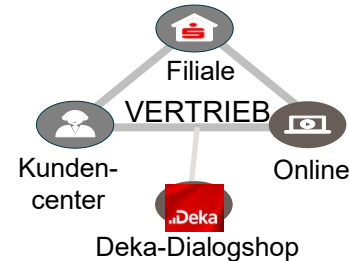
Bereitstellung der Listen  
in der OSPlus Umgebung  
und der Vertriebstools

Effiziente Infrastruktur



Optimierung  
der Infrastruktur

### DekaBank / DSV



Bereitstellung zentraler  
Inhalte, zielgruppenspezifische  
Kampagnenmittel, kanal-  
übergreifendes Marketing-  
Controlling

Optimale Ansprache



Datengetriebene Optimierung  
der Ansprache und effektive  
Bereitstellung von Kampagnen

### Sparkasse



Kampagne, die dem richtigen  
Kunden das richtige Produkt  
auf dem besten Weg anbietet

Abschlüsse



Verbesserung der  
Kundenbeziehung und  
der Marketing-Effizienz