

Wie Smart Data gestützte Kampagnenanalysen das Marketing effizienter gestalten

Kundenabgänge unter die Lupe genommen

„Mit Hilfe der kostenlosen Kampagnenanalyse des SDSC-BW konnten wir kritische Hinweise auf Kundenabgänge entdecken und werden zukünftig entsprechend (re)agieren können.“

Xenia Schultmann, Mitglied der Geschäftsleitung



Success-Story



Success-Story online unter
www.sdsc-bw.de/huberverlag

Das Smart Data Solution Center Baden-Württemberg

„Zusammenhänge erkennen. Potentiale nutzen.“ Unter diesem Motto ermöglicht das SDSC-BW kleinen und mittelständischen Unternehmen die Nutzung von Smart Data-Technologien. Und das als neutrale, unabhängige und vom Land Baden-Württemberg geförderte Institution.

In unseren kostenlosen Potentialanalysen zeigen wir Vorteile und Nutzungsmöglichkeiten von Daten – die in jedem Unternehmen jeder Branche anfallen – und helfen, diese zu bewerten.

Wie wertvoll sind Ihre Daten? Finden Sie es heraus unter www.sdsc-bw.de

Der Kunde Mit Standort in Karlsruhe hat sich der „Huber Verlag für Neue Medien“ innerhalb weniger Jahre als einer der größten Anbieter für Direkt-Informationendienste etabliert. Die große Vielfalt der Verlags-Produkte und -Medien deckt sämtliche Bereiche moderner Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ab. Dabei möchte der Huber Verlag für neue Medien nicht nur auf traditionelle Marketing- und Vertriebsmethoden zurückgreifen, sondern sich auch über modernste Analysemethoden informieren.

Die Daten Für das Analyseprojekt des SDSC-BW stellte der Huber Verlag für Neue Medien anonymisierte Informationen über abgeschlossene Informationsdienstleistungsverträge zur Verfügung. Die zugehörigen Vertrags- und Kundendaten sowie die damit verknüpften Marketingaktionen wurden über einen Zeitraum von 72 Monaten gesammelt – und auf ihrer Basis die kostenlose Potentialanalyse durchgeführt. Insgesamt wurden Informationen aus 943 Datenbanktabellen verarbeitet und eine Viertelmillion Datensätze analysiert und ausgewertet.

Die Herausforderung IT-Themen werden heutzutage immer schneller vorangetrieben. Auch – oder gerade – Medienunternehmen müssen sich in diesem Bereich immer flexibler und schneller anpassen. Dies gilt insbesondere für Marketing- und Vertriebsaktivitäten, damit die Kundenzufriedenheit erhalten bleibt und neue Potentiale gehoben werden können. Das Ziel der Datenanalyse war es zunächst, die vorhandene Kundenbasis zu identifizieren, in unterschiedliche Kundengruppen zu segmentieren und diesen Gruppen anschließend charakteristische Merkmale zuzuordnen. Darüber hinaus wurde nach Zusammenhängen zwischen erfolgreichen Vertragsabschlüssen und den in der Vergangenheit durchgeführten Marketingaktionen gesucht. Die so gefundenen Muster und Abhängigkeiten sollen zukünftig bei der Neukundenakquise sowie der präventiven Kundenansprache zur Vorbeugung von Kündigungen genutzt werden.

Die Potentialanalyse Bei der Vorbereitung der eigentlichen Datenanalyse spielten verschiedene speziell entwickelte Methoden zur automatisierten Datenbereinigung und -vorverarbeitung eine Rolle.

Die darauffolgende Analyse wurde mit unterschiedlichen, frei verfügbaren Werkzeugen (wie z.B. „Rapid-Miner“) durchgeführt. Dabei kamen die unüberwachten Clusteringverfahren „k-means“ und „dbSCAN“ zur Kundensegmentierung zum Einsatz. Zur Lösung des Klassifikationsproblems bei der Kundenakquise und der Kündigungsprävention nutzten die Experten des SDSC-BW überwachte Lernverfahren, wie beispielsweise Entscheidungsbäume, neuronale Netze und Support Vektor Maschinen.

Das Resultat Mittels der vom SDSC-BW durchgeführten Analyse konnte der Huber Verlag für Neue Medien sowohl typische Kundengruppen identifizieren, als auch deren Reaktion auf gezielte Marketingaktionen antizipieren. Diese neuen Erkenntnisse wird er bei zukünftigen Marketingaktionen berücksichtigen, um sich durch gezielte Neukundenansprache Wettbewerbsvorteile zu verschaffen. Das SDSC-BW stellte dem Verlag in einer Abschlusspräsentation die gewählte Vorgehensweise und die daraus resultierenden Erkenntnisse vor. Darüber hinaus übergab es ihm eine detaillierte Vorgehensbeschreibung und die zugehörige Werkzeugsammlung. Die hausinternen IT-Mitarbeiter des Verlages können darauf aufbauend ähnliche Analysen in Zukunft eigenständig durchführen.

Wie es weiter geht Der Huber Verlag für Neue Medien ist nun auf der Suche nach neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die sich zukünftig explizit um die Themen Smart Data und Kampagnenanalyse kümmern sollen. Eine entsprechende Einführung in die angewandten Methoden können diese selbstverständlich durch das SDSC-BW erhalten.



Kostenlose Potentialanalyse
gefördert durch
das Land Baden-Württemberg

Ihr Ansprechpartner:

Andreas Meier
0711. 217 2828-4
andreas.meier@sdsc-bw.de

oder unter

www.sdsc-bw.de/potentialanalyse