

# Customer Insights Services.

Im Bereich Customer Insights setzen wir Predictive Analytics für Sie ein, um die Loyalität Ihrer Kunden und somit auch Ihre Umsätze nachhaltig zu erhöhen.



## Predictive Services

Ziel: Ermittlung der attraktivsten Angebote pro Kunde oder der zu einem Angebot passendsten Kunden.



## Optimization Services

Ziel: Ermittlung des präferierten Versandkanals oder des optimalen Versandzeitpunkts pro Kunde & Kanal.



## Clustering Services

Ziel: Scoring und dynamische Clusterung der einzelnen Kunden auf Basis ihres Kaufverhaltens.

# Was wir tun.



Im Bereich Customer Insights setzen wir **Predictive Analytics** für Sie ein, um die Loyalität Ihrer Kunden und somit auch Ihre Umsätze nachhaltig zu erhöhen.

Die Werkzeuge der Predictive Analytics sind darauf ausgelegt, jede Ihrer Kundenbeziehungen zu analysieren und daraus an Vorhersagekraft für zukünftige Berührungspunkte zu gewinnen. Dadurch können Sie Lösungen für häufige **Fragestellungen des Kampagnen-Managements** erarbeiten:

- In welchen Kundensegmenten wird die Nachfrage nach bestimmten Produkten besonders hoch sein?
- Wie können Reichweite und Wirksamkeit von Marketing-Kampagnen erhöht werden?
- Mit welchen Strategien kann zukünftiges Kundenverhalten beeinflusst



# Wir sind für Sie da.

## Ihr Vorteil.

Für die Erbringung unserer Services lassen sich viele Daten nutzen, die Ihnen ohnehin schon heute vorliegen. Neben getätigten Umsätzen und demographischen Kundendaten, eignen sich auch Artikelstammdaten und **Responsedaten** vergangener Marketing-Kampagnen. Wir bieten Ihnen vorgedachte Lösungen an, können jedoch auch flexibel auf Ihre individuellen Anforderungen reagieren!



Mit Hilfe der Predictive Analytics gelingt es Ihnen, Ihre Produkte und Dienstleistungen vorausschauend und kundenspezifisch anzubieten. Was sich nach viel Arbeit und intensiver Betreuung anhört, können Sie mit der **Marketing Automation Software aisuite®** der AIC Group routinemäßig abdecken.

Zugegeben: Kommunikations-Strategien müssen entwickelt und der Kampagnen-Mix muss darauf abgestimmt werden. Sind die Kampagnen einmal im System verankert, läuft der Kundendialog in der Automatisierung und ist immer aktuell!





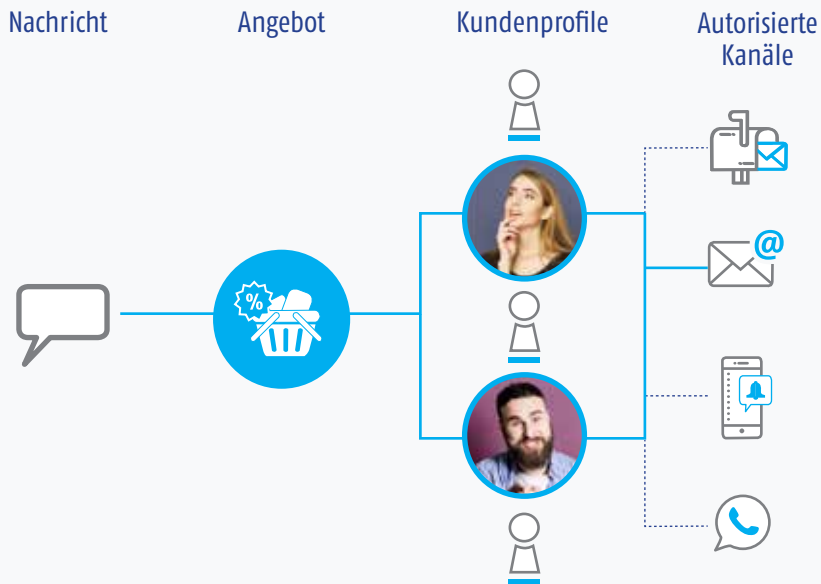
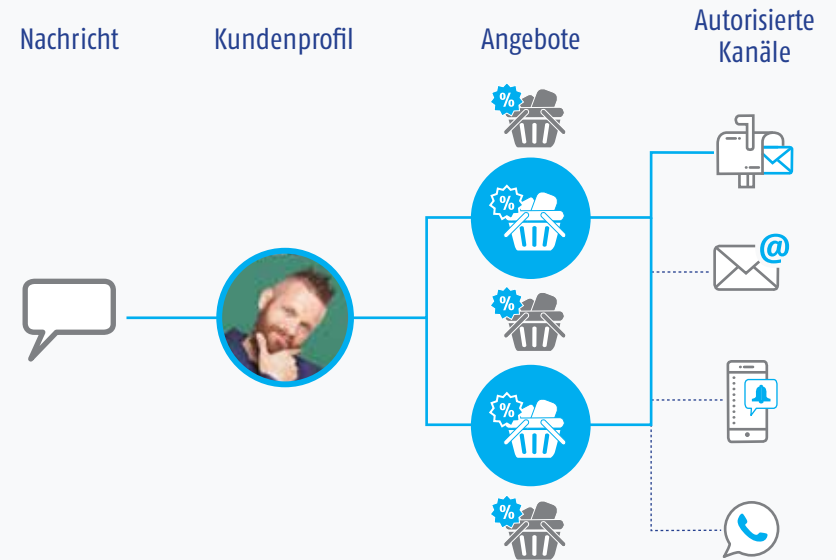
# Predictive Services.



## Next Best Offer

Der Platz auf Werbemailings ist begrenzt und häufig leiden Marketingkampagnen aufgrund von unterschiedlichen Kundenbedürfnissen an Streuverlusten. Unser Recommender Model ermöglicht es, aus einem vordefinierten Pool von Angeboten, jedem Kunden eine individuelle Angebotsauswahl nach seinen persönlichen Präferenzen zuzuordnen. Es können bis zu 100 Angebote pro Kunde ausgespielt werden.

Zudem kann die Empfehlungsqualität über weitere, intuitive Einstellparameter sichergestellt werden. Unsere Empfehlungen können sowohl für Angebote gerechnet werden, die aus mehreren Artikeln bestehen, als auch für einzelne Artikel. Dadurch kann die Recommendation Engine auch losgelöst von der aisuite genutzt werden.



## Next Best Customer

Unser Recommender Model liefert auch eine Antwort auf begrenzte Marketingbudgets, Abverkäufe oder die zielgerichtete Bewerbung von neuen Artikeln. Aus einer vordefinierten Zielgruppenmenge wird hierzu die gewünschte Anzahl an Kunden ermittelt, deren Profil die höchste Affinität zum beworbenen Angebot aufweist. So werden die Abverkaufschancen der beworbenen Artikel maximiert und eine effiziente Nutzung von limitierten Budgets gewährleistet.

Durch individuell konfigurierbare Einstellparameter erhalten Sie auch bei diesem Service für Sie maßgeschneiderte Kampagnenlösungen. Aufgrund derselben Methodik wie beim Next Best Offer-Ansatz können passende Kunden zu einem Angebot oder auch zu einzelnen Artikeln gefunden werden.





# Optimization Services.



## Kanal-Optimierung

Kunden sind heutzutage über zahlreiche Kanäle erreichbar. Die Präferenz eines bestimmten Kanals ist jedoch sehr individuell. Einige Kunden lesen regelmäßig ihre E-Mails, bei anderen verschwindet ein Newsletter unter vielen anderen und wird nie geöffnet. Stattdessen sind diese Kunden vielleicht sehr aktiv bei WhatsApp.

Nichtsdestotrotz gleicht der meistgenutzte Kanal nicht zwangsläufig dem umsatzstärksten Kanal eines Kunden. Mit unserer Kanalsoptimierung erhalten Kunden immer über den Kanal Ihre Werbung, den sie aktuell am meisten nutzen und über den sie auch Umsätze generieren. Natürlich bleibt es für Sie in jeder Kampagne individuell konfigurierbar, ob Sie die Kanalsoptimierung oder einen von Ihnen festgelegten Kanal nutzen möchten.

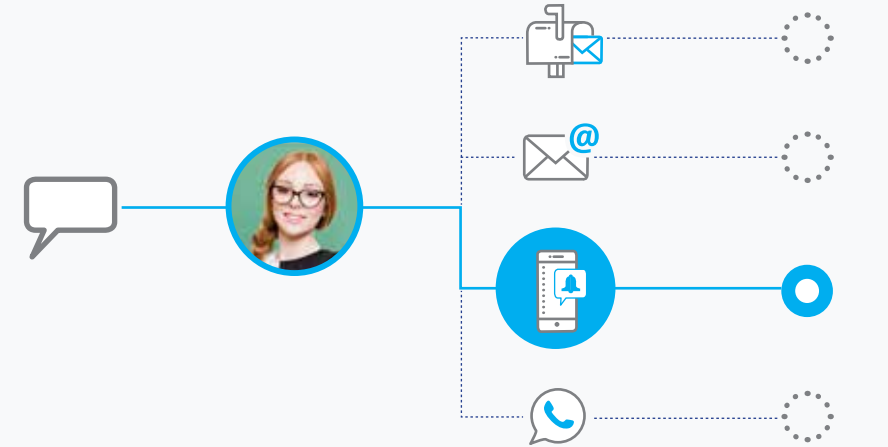


Nachricht

Kundenprofil

Autorisierte Kanäle

Kanal Optimierung



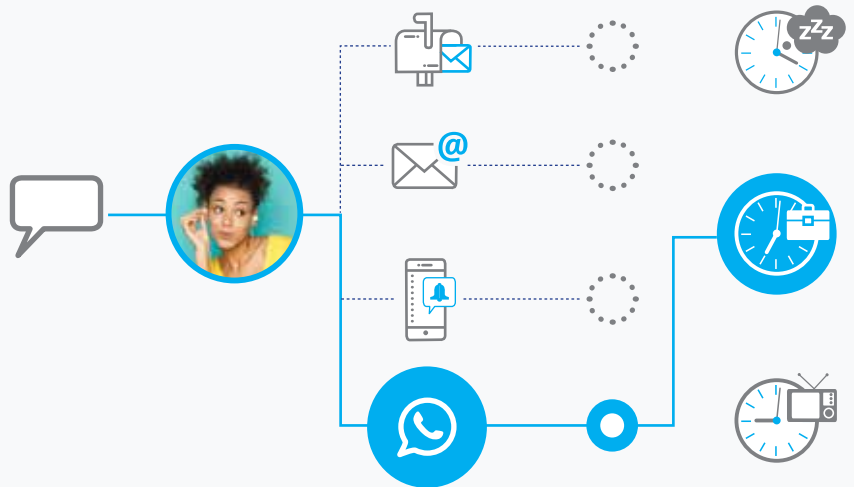
Nachricht

Kundenprofil

Autorisierte Kanäle

Versandzeit Optimierung

Terminierung



## Versandzeit-Optimierung

Viele Kunden haben einen geregelten Tagesablauf, doch auch dieser ist sehr individuell. Während manch ein Kunde morgens noch vor der Arbeit seine Mails liest, ist ein andere erst abends für solche Themen ansprechbar. Dies kann sich aber auch von Kanal zu Kanal unterscheiden.

Unsere Versandzeitoptimierung identifiziert deshalb pro Kanal und Kunde den optimalen Zeitpunkt der Ansprache. So kann auch ohne die Kanalsoptimierung zumindest jeder Kunde zu der Zeit kontaktiert werden, zu der er in letzter Zeit die meiste Aktivität auf diesem Kanal gezeigt hat. Auch die Nutzung der Versandzeitoptimierung bleibt für Sie individuell konfigurierbar.



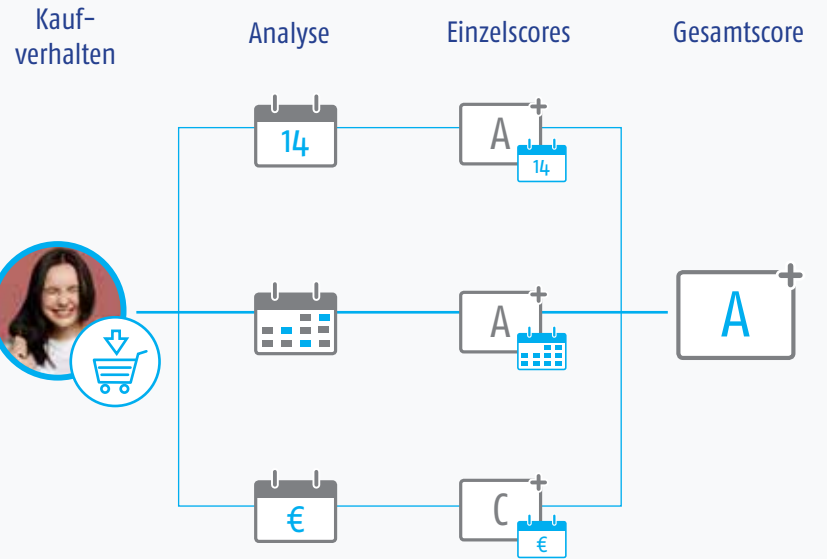


# Clustering Services.

## RFMR-Scoring

Um Kampagnen gezielter ausspielen zu können, empfiehlt es sich, Ihre Kunden zunächst besser kennenzulernen. Dafür ist eine qualitative Gruppierung Ihrer Kunden notwendig. Beispielsweise reagieren Ihre Topkunden auf andere Werbemaßnahmen als Ihre Neukunden oder Kunden, bei denen die Gefahr besteht, dass diese abwandern.

Unser RFMR-Scoring bietet die Lösung für dieses Problem. RFMR steht für Recency, Frequency, Monetary Value Ratio und klassifiziert Ihren Kundenstamm anhand eben dieser Kriterien: wie weit liegt der letzte Einkauf eines Kunden zurück, wie häufig kauft dieser ein und welcher Umsatz wird durch ihn generiert? Durch unser Berechnungsverfahren sind diese Werte pro Kunde stets an Ihre Bedürfnisse angepasst und auf aktuellem Stand.

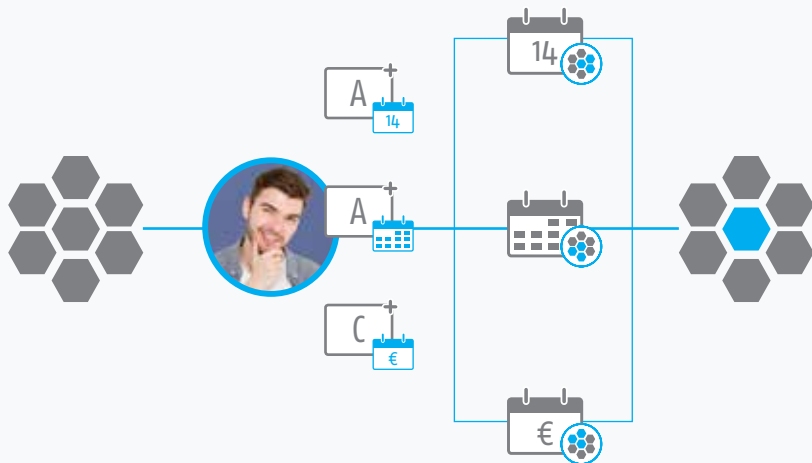


Dynamische Kundencluster

Kundenscores

Einzelzuordnung

Gesamtzuordnung



## Dynamic Clustering

RFMR-Scores bieten eine gute Datengrundlage, um Ihre Kunden zu clustern und die oben genannten Segmente zu ermitteln. Da sich die Wertebereiche qualitativer Segmente abhängig von der Datenstruktur aber teilweise signifikant unterscheiden, sollten diese nicht statisch festgelegt, sondern dynamisch ermittelt werden. Auch hierfür haben wir eine Lösung für Sie: unser dynamischer Clustering-Algorithmus passt sich der Datenstruktur Ihrer Kunden an und bildet so stets optimale Kundensegmente.

Neben den RFMR-Werten können natürlich auch andere Kundenmerkmale von unserem Algorithmus berücksichtigt werden, wie z.B. Aktivitäten an den Touchpoints, Verweildauer oder demographische Daten. Es gibt viele Informationen am Kunden, die für die Berechnung eines Kundenwerts oder der Zuordnung in einen Kundencluster relevant sein können.





# Ihre wichtigsten 4 Vorteile.



**Kundenzufriedenheit**  
durch personalisierte Inhalte



**Umsatzsteigerung**  
durch richtigen Kundenfokus



**Kostenreduzierung**  
durch relevante Ansprachen



**Synergiepotential**  
durch kombinierbare Services