

Treffsichere Vorhersagen

Neues Customer Behavior Modeling Projekt (Teil 2)

Ziel des in Zusammenarbeit mit der Eudaptics Software GmbH durchgeführten Cross/Up-selling-Projekts für die ARAG war, die für Cross & Up-selling geeigneten Kunden in der Rechtsschutzversicherung für 2002 zu ermitteln und mit Maßnahmen zur effizienten Durchführung zu unterstützen.

Customer Behavior Modeling (CBM) ist ein interner Prozeß, in dem eine Vielzahl von Personen aus den unterschiedlichsten Unternehmensbereichen – wie von Unternehmensführung, Marketing, Portfolio-Management, Controlling, Business Intelligence und IT-Services – involviert ist. Für einen erfolgreichen CBM-Prozeß ist es daher auch unabdingbar, für alle Beteiligten eine gemeinsame Kommunikationsplattform herzustellen, um den Entscheidungsprozeß im CBM ergebnisorientiert und effizient zu unterstützen.

Die einheitliche Gesamtsicht auf den Kunden in allen relevanten Unternehmensbereichen, die mit der Viscovey-Technologie von Eudaptics erreicht werden kann, steigert die Produktivität. Das im Unternehmen vorhandene Know-how wird für die erfolgreiche Umsetzung un-

mittelbar mit dem Modell verbunden. Unter Berücksichtigung aller Abteilungen wird die bestmögliche Zusammensetzung von Zielgruppen erreicht.

Analytische Modelle

Eine wesentliche Funktion im CBM-Prozeß kommt aber auch der sogenannten Prediction, der Vorhersage, zu. Eudaptics hat langjährige Erfahrung auf diesem Gebiet. Bei vielen Projekten in den unterschiedlichsten Branchen konnte eine Vorhersagequalität erzielt werden, die herkömmliche Methoden deutlich übertrifft.

Es besteht nun erstmals die Möglichkeit, diese Vorhersagequalität mit eigenen Modellen selbst zu erzielen. Der Benutzer wird über genau definierte Workflows durch den gesamten Prozeß der Modellerstellung geführt. Der vorhergesagte Wert kann entweder unmittelbar für Kampagnen herangezogen werden oder als eine von mehreren zu prognostizierenden Größen in ein multi-variables Customer-Behavior-Modell einfließen.

Prozesse in Marketing, Vertrieb und Logistik werden nicht nur weitgehend automatisiert und auf den Kundenbedarf ausgerichtet, sondern durch analytische

Modelle nun auch mit prognostischem Wissen und Intelligenz angereichert. Im Kontext von CRM wird die Erstellung von Kundenverhaltensmodellen anhand wirtschaftlicher Kerngrößen und bestehender Kundendaten meist als „Analytisches CRM“ oder „Customer Behavior Modeling (CBM)“ bezeichnet.

Der Einsatz von Self-Organizing Maps (SOMs) bietet für CBM eine optimale technologische Grundlage. Wann immer große Datenmengen mit unzähligen Variablen analysiert oder statistisch weiterverarbeitet werden sollen, bedient sich Eudaptics der Mächtigkeit von SOMs, um Daten gesamthaft zu ordnen.

Die einzigartige Datenordnung durch eine SOM ermöglicht es dem Analytiker, eine visuelle Darstellung von Datenverteilungen, Zusammenhängen und Clustern auf einem Bildschirm zu untersuchen. In Echtzeit erhält der Betrachter alle gewünschten statistischen Informationen auch in Form tabellarischer Auswertungen. Dadurch wird ein interaktives und intuitives Vorgehen bei der Analyse von Kunden-Datenbanken, auch durch nicht technisch orientierte Abteilungen, ermöglicht.

Werner G. Müller
Andrea M. Winkler

wir ... aktiv

Betriebsrat

* Betriebsausflug, Linz,
07./08. 06. 2002

Sportklub

* Radfahren/Minigolf, Prater,
19.06.2002

Landesgeschäftsstelle

* ARAG Österreich und die Kunst
Am 25. April 2002 wurde in der LGST
Graz – bei blendendem Wetter und
gleichzeitig stattfindendem Schicksals-
spiel eines Grazer Fußballklubs – er-
stmalig eine Vernissage abgehalten. Etwa
120 Gäste aus Politik, Wirtschaft, Presse,
TV und natürlich unsere nimmermü-

den Geschäftspartner gaben uns und der
Künstlerin die Ehre.

Den gelungenen Auftakt schaffte Vor-
standsleiter Dr. Herbert Kitzinger mit
einer launigen Ansprache, in der er die
menschlichen Kontakte und die
Verbundenheit zu Kunst und Kultur her-
vorhob. Es folgten die Vorstellung der
Malerin Johanna Morocutti-Tanzer und
ein fachlicher Überblick durch den akad.
Maler Mag. Neuhold über das Schaffen der
Künstlerin.

Schließlich blieb unserem Vorstand
nichts mehr übrig, als das Freizeichen zur
Schlacht am Buffet zu erheben. Um 19 Uhr
eröffnet, war nach regen Diskussionen,
Aufnahme zwischenmenschlicher Be-



Die Künstlerin mit Herbert Kukovetz

ziehungen, Stärkung durch Speis und
Trank – strengstens beobachtet von
Presse und TV – um 2 Uhr morgens
auch schon wieder Schluß. Angespornt
durch den Erfolg dieses Ereignisses
steht einem Dacapo im nächsten Jahr
nichts mehr im Wege.