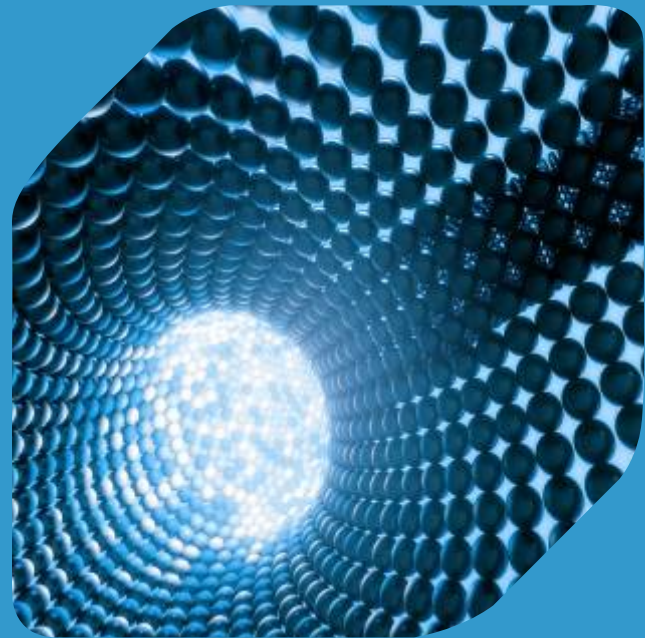


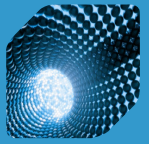
TNS EX·A·MINE™

BehaviourForecast

Predictive Analytics for CRM

- ProspectFinder
- AffinityTracer
- ChurnPredictor

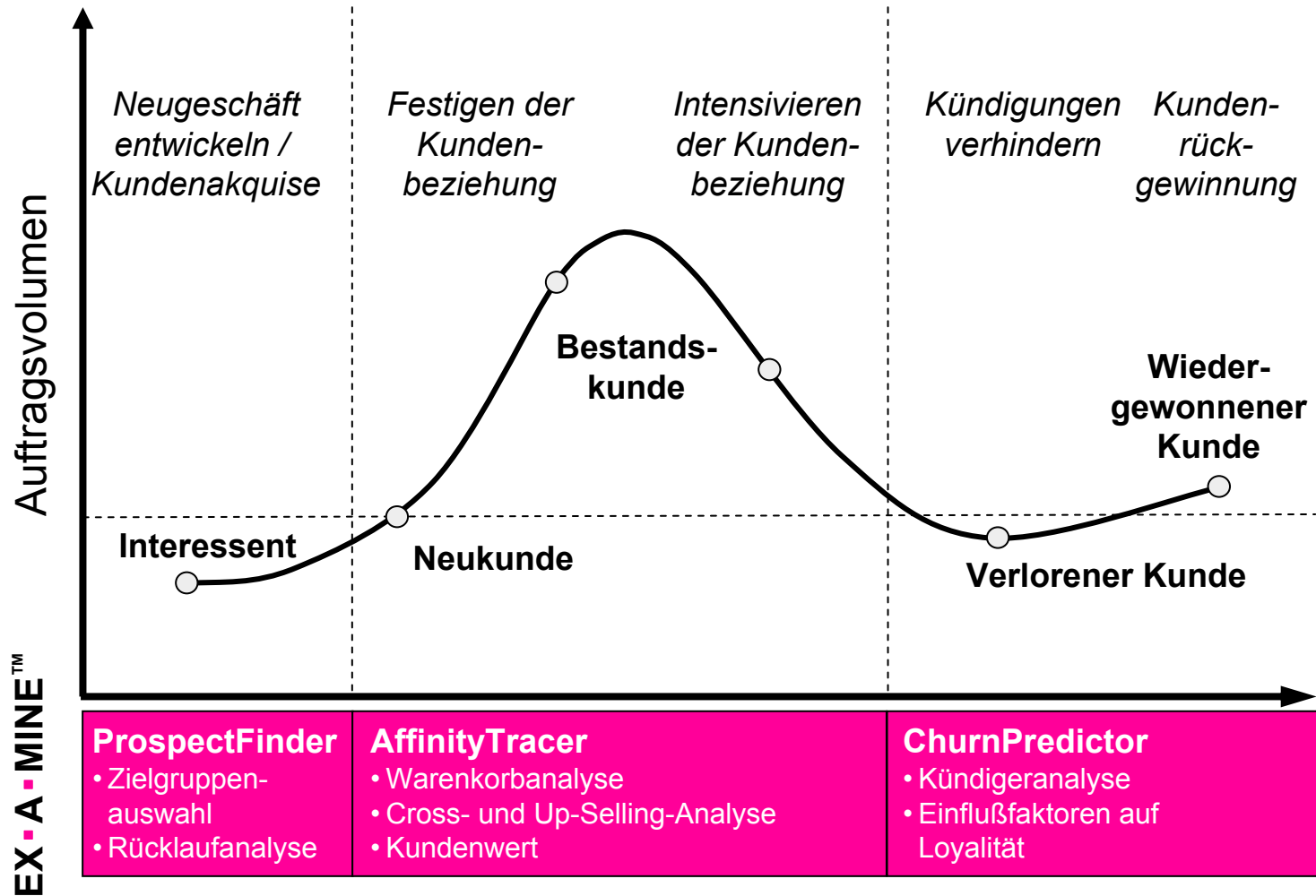
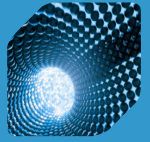


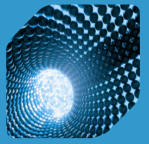


- Das Konzept des **Analytischen Customer Relationship Managements (aCRM)** gewinnt in vielen Unternehmen zunehmend an Bedeutung
- Zielsetzung des CRM ist die Gewinnung, Bindung, Wertsteigerung und ggf. Rückgewinnung langfristig profitabler Kunden über eine gezielte und **individuelle Kundenansprache**
- Wesentliche Grundlage dafür ist die **Identifikation profitabler Kunden** sowie die möglichst detaillierte Kenntnis um deren Bedürfnisse und Verhalten in **allen Phasen des Kundenlebenszyklus**
- Hierzu liefert TNS EX·A·MINE BehaviourForecast wertvolle Informationen, indem es alle verfügbaren Datenquellen analysiert und mit Hilfe fortschrittlicher **Data Mining Verfahren** gezielt die für die jeweilige Fragestellung erforderlichen Informationen extrahiert

TNS EX·A·MINE™ BehaviourForecast

Analytisches CRM entlang des Kundenlebenszyklus





EX·A·MINE ProspectFinder

- **Ziel:** Kosteneffiziente Neukundengewinnung
- Welches ist das beste **Zielsegment** mit der höchsten Affinität zu meinem Angebot und potenziell profitablen Kunden?

Niedrigere Akquisitionskosten
durch gezielte
Neukundenansprache

EX·A·MINE AffinityTracer

- **Ziel:** Steigerung der Kundenprofitabilität
- Wer sind meine **profitabelsten Kunden** (Customer Lifetime Value)?
- Welche **Cross / Up-Selling** Aktionen sind erfolgversprechend?

Individuelle
Kundenansprache und
höhere Umsätze

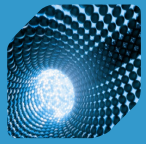
EX·A·MINE ChurnPredictor

- **Ziel:** Vermeidung von Abwanderungen
- Was sind die entscheidenden Faktoren der **Kundenbindung**?
- Wie können „Abwanderer“ frühzeitig erkannt werden (**Churn Prediction**)?

Steigerung der Markenloyalität
Effizientere Durchführung von
Loyalitätsprogrammen

Effizientes CRM mittels Data Mining

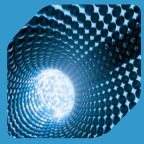
Informationszuwachs ermöglicht gezielte Kundenansprache



EX·A·MINE ProspectFinder	EX·A·MINE AffinityTracer	EX·A·MINE ChurnPredictor
<ul style="list-style-type: none"> → Systematische Auswahl von Adressen mit hoher Kaufwahrscheinlichkeit → Beschränkung auf potenziell profitable Kunden 	<ul style="list-style-type: none"> → Welche Produkte werden oft zusammen verkauft? → Welche Kunden haben nur Teile einer häufigen Kombination gekauft? 	<ul style="list-style-type: none"> → Aufbau typischer „Kündigerprofile“ → Ableitung der Kündigungswahrscheinlichkeit → Ermittlung der entscheidenden Faktoren der Kundenbindung
<ul style="list-style-type: none"> → Marketingaktivitäten nur an ausgewählte Adressen → Minimierung der Akquisitionskosten 	<ul style="list-style-type: none"> → Weiterleitung von Kunden mit hohem Cross-/Up-Selling-Potenzial an den Außendienst 	<ul style="list-style-type: none"> → Auswahl „gefährdeter Kunden“ und Weiterleitung an Außendienst → Rückgewinnungsaktivitäten

Phasenspezifische Daten im Lebenszyklus

Ganzheitliche Betrachtung der verfügbaren Informationen



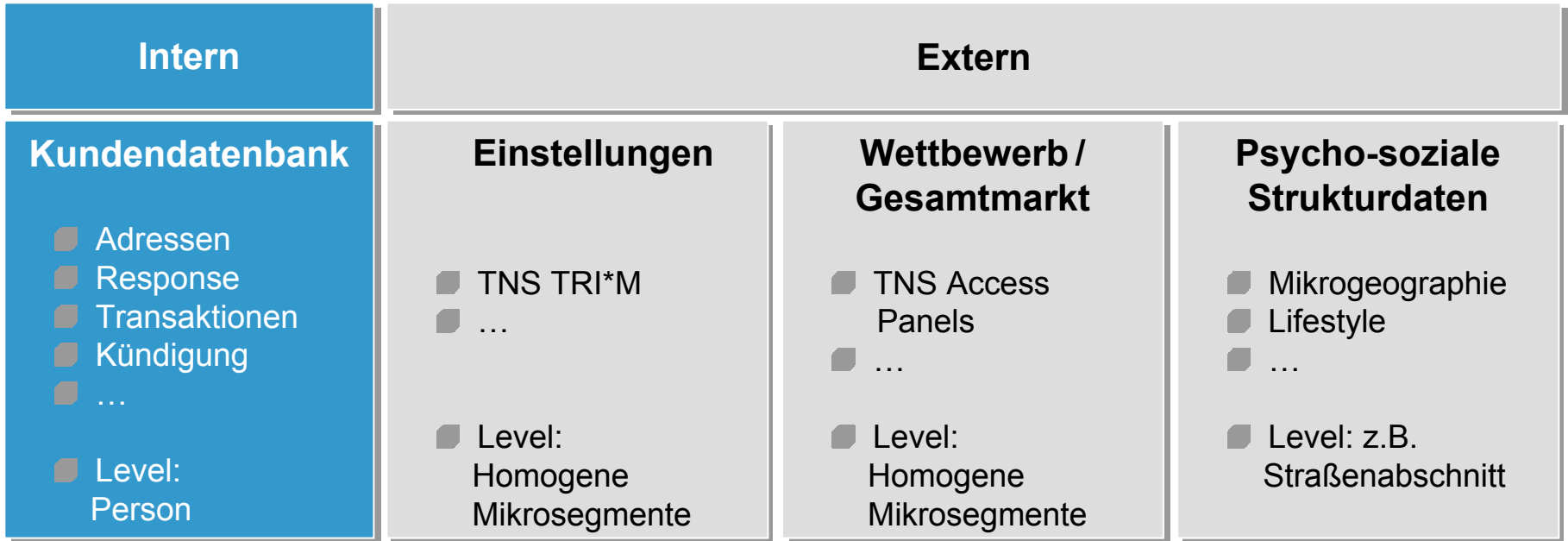
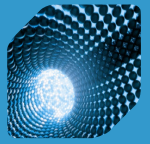
Stammdaten	Potentielle Kunden	Aktive Kunden	Ehemalige Kunden
Stammdaten <ul style="list-style-type: none"> ■ Adresse ■ Alter ■ Geschlecht ■ ... 	Responseverhalten <ul style="list-style-type: none"> ■ Kampagnenaffinität / -historie ■ Kreditauskunft ■ Selbstauskunft ■ ... 	Transaktionsverhalten <ul style="list-style-type: none"> ■ Produktnutzung ■ Zahlungsmoral ■ Kanalvorlieben ■ ... 	Kündigungsverhalten <ul style="list-style-type: none"> ■ Beendigungsgrund (aktiv / passiv?) ■ Reaktivierung ■ ...

TNS EX·A·MINE
BehaviourForecast

CRM: Zielgruppenauswahl + individuelle Kundenansprache

TNS EX·A·MINE™ DataFusion + BehaviourForecast

Holistische Betrachtung interner und externer Daten

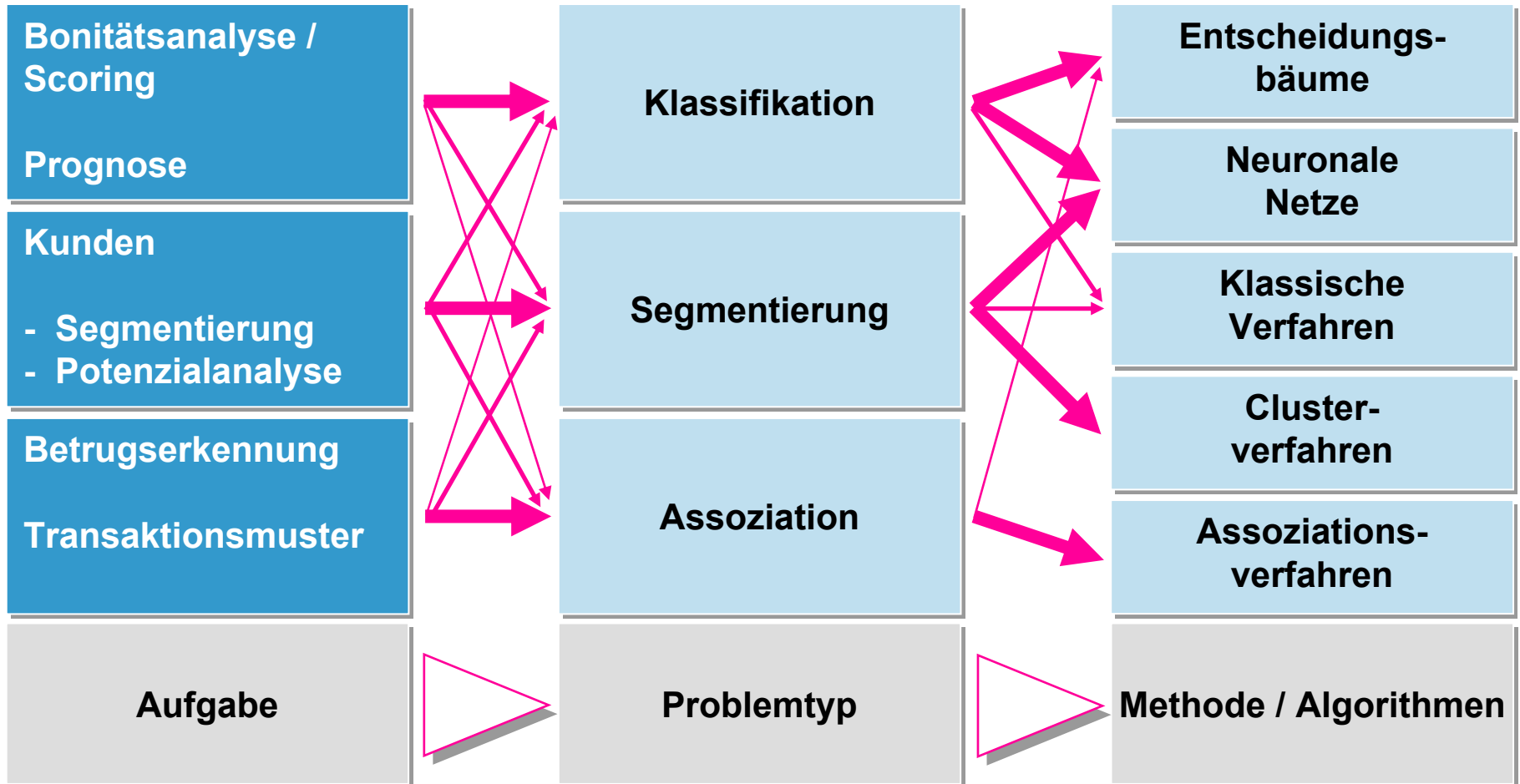
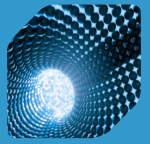


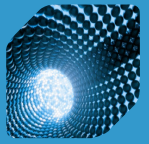
TNS EX·A·MINE
DataFusion + BehaviourForecast

CRM: Zielgruppenauswahl + individuelle Kundenansprache

Aufgaben und Problemtypen des Data Mining

Großes Methodenspektrum für gezielte Analysen





■ **Multivariate Statistik**

- Logistische, kategoriale, lineare Regression, EM-Algorithmus
- Multivariate Adaptive Regression Splines (MARS)
- Ridge Regression, Robust Regression
- Clusteranalyse, Latent Class Analyse

■ **Entscheidungsbäume/-regeln, maschinelles Lernen**

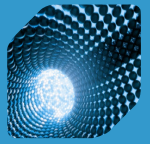
- C&RT, C5.0, QUEST, CHAID, Assoziationsregeln
- MART – Multiple Additive Regression Trees, Random Forest
- Nearest Neighbours / Instance based learning EX▪A▪MINE Profiler

■ **Künstliche Neuronale Netze**

- Cascade Correlation Learning Architecture, MLP, SOM

■ **Hybride Methoden**

- Automatisierte OLAP Navigation und Suche
- Genetische Algorithmen zur Variablenauswahl
- Neuro Fuzzy Algorithmen, interaktive Datenvisualisierung



Holistic
Customer
Understanding
[EX·A·MINE
Services]

Dr. Robert Hartl
Tel. 089 5600 – 1320
robert.hartl@tns-infratest.com

