



Business Analytics

IBM
Software
Solutions
Group

IBM Smarter Analytics Roadshow 2014



IBM Confidential

2/17/2014

Ihre Ansprechpartner heute



Nelly Dempwolff

**Technical Professional
Business Analytics**



Stefan Schnieber

BAO Solutions Architect



Tomislav Husko

Account Representative IBM



Dirk Schober

**Technical Professional
Business Analytics**



Kurt Blümlein

Marketing IBM

Ansprechpartner der folgenden Tage



Christian Dennerlein

Account Representative IBM



Annemarie Habermeier

Account Representative IBM



Karin Thomalla

Account Representative IBM



Suzana Wiedmann

Account Representative IBM



Ramin Bastani

Account Representative IBM



Florian Hanka

Account Representative IBM



Ursula Weihs

Account Representative IBM

Agenda

09:15 – 09:30 Uhr

Begrüßung & Vorstellung IBM Smarter Analytics

09:30 – 10:15 Uhr

Customer Analytics – der 360 Grad Blick

10:15 – 10:30 Uhr

Pause

10:30 – 11:15 Uhr

Liquiditätsplanung und Forecastoptimierung

11:15 – 11:30 Uhr

Pause

11:30 – 12:15 Uhr

Predictive Maintenance & Quality

12:15 – 13:00 Uhr

Mittagessen

Agenda

13:00 – 13:15 Uhr

IBM Services plaudert aus dem Nähkästchen

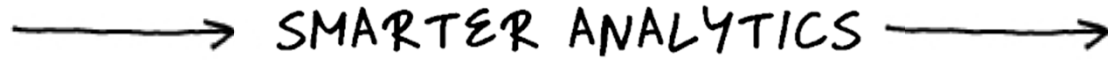
13:15 – 13:45 Uhr

Aktuelle Themen und Visionen in der Diskussion

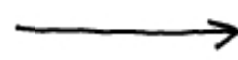
13:45 – 14:00 Uhr

Zusammenfassung

DATA



SMARTER ANALYTICS



DECISIONS

Traditional
 -DWH
 -Transactions
 -Descriptive



Distributed
 -Datamarts
 -Spreadsheets



BIG DATA!

Unstructured
 -Notes
 -Logs



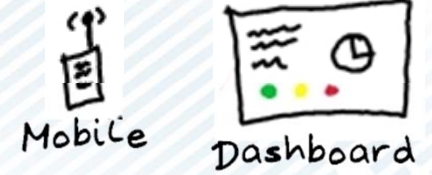
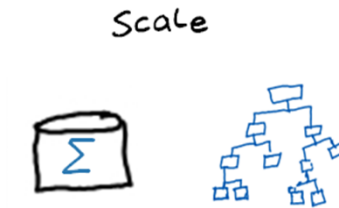
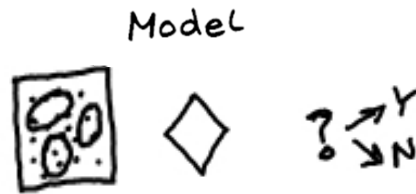
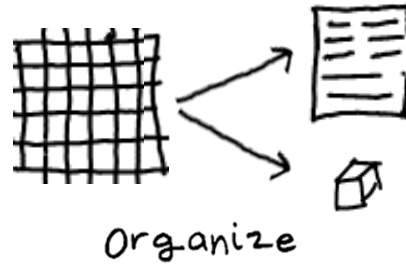
Social Media
 -pulse
 -Emerging Issues



Survey Research
 -Attitudes
 -Opinions



Sensors



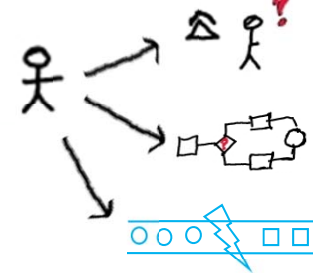
What-if?



Insight

Decision Makers

Next Best Action



People, Process, Events

IBM

LEARN





PAUSE

Überblick / Situation:

Das sog. Working Capital ist für ein Unternehmen finanziell von großer Bedeutung. Grob gesagt steht es im direkten Zusammenhang mit der Liquidität, also mit dem verfügbaren Kapital. Ein aktives Management der Liquidität kann bei vielen Unternehmen einen echten wettbewerbsvorteil darstellen. Vor allem, wenn viel Geld ‚bewegt‘ wird.

Bsp Airline: Buchungen werden vorab bezahlt, die liqu. Mittel müssen dann plötzlich eingesetzt werden, um etwa Kerosin und Personal zu bezahlen. In der Zeit dazwischen kann das Geld gewinnbringend am Kapitalmarkt arbeiten.

Pain Points:

Logistik /SCM

- Hohe Kosten der Lagerhaltung, viel Kapital als Lagerware gebunden, aber zu wenig Lagerware befriedigt unter Umständen die Kunden nicht
- Intelligentes Lagermanagement ist mit menschlichem Ermessen nicht einfach

Finanzen

- Ungebundenes Kapital kann gewinnbringend eingesetzt werden, muss aber frei sein, wenn es anderweitig notwendig ist
- Forderungsausfälle können die Liquidität beeinträchtigen
- Zahlungsströme können nur schwer prognostiziert werden
- Rein automatisierte Vorhersagen sind nicht ausreichend

Vorteile / Benefits:

Die Softwarelösung der IBM kann wiederkehrende Muster bei Zahlungsströmen finden, Kundenverhalten antizipieren und damit mehr Zuverlässigkeit in das Management von liquiden Mitteln im Unternehmen bringen.

Die aktive Simulation und Planung von Einflussgrößen, Rahmenbedingungen und ergänzenden Daten durch Mitarbeiter kann mit Hilfe der IBM Planungslösung ausgeführt werden.

Durch die direkte Verknüpfung beider Werkzeuge wird der Nutzen gesteigert, weil ohne Wartezeiten schnell zuverlässige Vorhersagen getroffen werden können, auch bei grossen Datenbeständen.

Basis hierfür ist ein zentraler Datenbestand

Referenzen / Ergebnisse:

Australia Post

Australia Post needed a way to accurately forecast its cash flows on a daily basis in order to maximize investment returns in a changing industry. It managed and stored data in files created with Microsoft Excel software, which gave it no visibility into gross movement of agency cash flow. Yet these cash flows could fluctuate by tens of millions of dollars each day. The company had many units that required information incorporation, but manually compiling this information into the Microsoft Excel spreadsheets was prone to error.

To overcome the problems associated with manually forecasting cash flow, Australia Post decided to further invest in the Cognos TM1 enterprise planning software.

Überblick / Situation:

Redcats vertreibt Kleidung sowie Lifestyle-Produkte in mehr als 70 Online-Stores sowie zahlreichen Filialen. Das Unternehmen erwirtschaftete in 2011 einen Umsatz von 3 Milliarden Euro. 60 % davon kommen mittlerweile aus dem Onlinesegment.

Redcats besitzt 17 europäische und amerikanische Marken (OneStopPlus, The Sportsman's Guide, etc.) und hat ca. 24 Millionen aktive Kunden.

Pain Points:

Jede Marke innerhalb Redcats führte bis dorthin eine eigene Kundendatenbank, die mit einer dezentral angelegten Statistik- und Reportingsoftware analysiert wurde. Außerdem gab es zusätzlich eine konsolidierte Datenbank auf Konzernebene, die bereits mit IBM SPSS ausgewertet wurde. Nach zehn Jahren Einsatz entsprach dieses zweigeteilte System nicht mehr der Marktrealität.

Die Geschäftsleitung von Redcats entschied sich deshalb alle Daten in einer gemeinsamen Big-Data-Lösung zusammenzuführen um den Analysten und Statistikern einen zentralen Datenpool mit einer angepassten Auswertungsoberfläche zur Verfügung zu stellen.

Vorteile / Benefits:

- Die Datenbestände von Redcats werden nun auf einer zentralen und umfangreichen IBM "Big Data" –Plattform zur Verfügung gestellt.
- Durch den Einsatz von IBM SPSS Predictive Analytics analysiert Redcats nahezu in Echtzeit alle Kundendaten wie etwa getätigte Einkäufe, Click-Streams, Mobile-Apps aber auch Feedback aus Online-Befragungen und Informationen aus Filialen.
- Redcats kann dadurch das Kundenverhalten genauer betrachten und zukünftige Entscheidungen vorhersagen. Diese Einblicke ermöglichen es im Marketing gezielte und individuelle Kampagnen aufzusetzen um Kunden bestmöglich zu bedienen.

Referenzen / Ergebnisse:

- ROI 122%
- Zeitraum in welchem der ROI entstanden ist 7 Monate
- Jährlicher Ertrag ca. 500 K EUR

Überblick / Situation:

Die Brammer Gruppe, ein in England ansässiges Distributionsunternehmen mit mehr als 2.000 Mitarbeitern in 16 Ländern, vertreibt Ersatzteile und Einzelteile an einige der grössten Unternehmen in Europa. Brammer ist hauptsächlich in den Branchen Automotive, Pharma, Chemikalien, Lebensmittel sowie in der Luftfahrtindustrie aktiv.

Pain Points:

Durch die globale Krise und ein immer schwierigeres Geschäftsumfeld erkannte man bei Brammer früh die Notwendigkeit proaktive Schritte einzuleiten um einem bevorstehenden möglichen größeren Umsatzeinbruch entgegenzuwirken.

Vorteile / Benefits:

Brammer wandte sich an IBM um eine Lösung zu erhalten, welche das Unternehmen mit vorausschauender Intelligenz und adäquaten Reportingmöglichkeiten ausstattet.

Diese Lösung hilft aktiv die in den Daten der Organisation versteckten Muster und Trends ans Tageslicht zu befördern.

Dadurch kann Brammer frühzeitig und effizient Lagerbestände und benötigte Kapazitäten überblicken und nach anstehendem Bedarf optimieren.

Referenzen / Ergebnisse:

Die Predictive-Analytics-Lösung von IBM half Brammer dabei sein Inventar effizienter zu verwalten.

Reduktion des gesamten Lagerbestandes und Vermeidung von Warenüberschüssen resultierten in Einsparungen in Höhe von 31,1 Millionen Pfund (GBP) bereits im ersten Jahr.

Mit Ende 2008 wurde eine 3,2-fach höhere Lagerumschlags-häufigkeit erreicht, Ende des ersten Halbjahres 2009 sogar 3,7.

Ein besseres Verständnis des Kaufverhaltens der Kunden von Brammer erlaubt es weniger Teile auf Lager zu halten aber dabei die Produktbreite zu erhöhen, sodaß mehr Teile verfügbar und schnell beim Kunden erreichbar. Dadurch erhöht sich auch die Zufriedenheit der Kunden.

Überblick / Situation:

Elie Tahari ist ein 1973 in New York gegründetes Unternehmen der Bekleidungsindustrie. Mit mehreren 100 Millionen USD Jahresumsatz und Aktivitäten in mehr als 40 Ländern gehört es zu den global playern der Retail-Industrie.

Durch die Größe und die globale Aufstellung mit Lieferanten z. B. in Asien, 5 sehr großen Retail-Netzwerken wie etwa Macy's, Saks Fifth Avenue, dazu noch eine eigene Store-Kette mit 35 Geschäften und mehr als 600 Boutiquen fielen automatisch sehr viele Daten in unterschiedlichen Datensilos an. Die darin enthaltenen Informationen verteilten sich hauptsächlich auf die 5 großen voneinander unabhängigen Datenbanken sowie zahlreiche kleinen unabhängige Quellen.

Pain Points:

Bis dato wurde das Reporting in verschiedenen Bereichen hauptsächlich per Excel gelöst. Wichtige Entscheidungen konnten somit oft erst nach längerer Zeit getroffen werden. Die Datensammlung, Reporterstellung und visuelle Aufbereitung für das Management nahm im schlechtesten Fall bis zu 2 Tage in Anspruch.

Elie Tahari war es auch schon zu dieser Zeit sehr wichtig sich an Vereinbarungen mit Partnern (Retailer, eigene Geschäfte etc.) zu halten. Hierzu musste zum Beispiel um pünktliche Lieferungen sicher zu stellen auch einmal benötigte Ware per Luftfracht gesendet werden um Termine einzuhalten. Die Kosten hierfür sind etwa 3 mal so hoch wie etwa für eine Standardversendung.

Durch das statische Reporting konnten auch keine optimalen Produktbundles für die einzelnen Geschäfte geplant und platziert werden.

Vorteile / Benefits:

Informationen zu aktuellen Verkaufszahlen, Lagerkapazitäten und Lieferungen werden in Form von Transaktionsdaten im zentralen Data Warehouse zur Verfügung gestellt und sind bereits mit historischen Daten verknüpft.

Darauf aufgebaut stehen Analysewerkzeuge aus der IBM Business-Analytics-Family zur Verfügung um etwa Echtzeitanalysen, Prognosen und detaillierte Planungen sowie klassische und AdHoc-Reports in allen Facetten zu ermöglichen.

Analyse der Daten in Echtzeit bis hinunter auf die Ebene der einzelnen Geschäfte ermöglicht optimierte Lagerhaltung, Wiederbefüllung nach Bedarf sowie Marketingaktivitäten gezielt und je Ladengeschäft wie es lokal benötigt wird.

Ebenso wird durch diese Erkenntnisse die Produktionsplanung höchst genau vorgenommen, das Gesamtinventar und auch die Kosten der Logistik wurden minimiert.

Referenzen / Ergebnisse:

Ermöglicht die Vorhersage von Kundenbestellungen 4 Monate im Voraus bei einer Genauigkeit von 97%

Optimale Verfügbarkeit der benötigten Waren und darauf abgestimmte Produktionsauslastung bedeutet u. a. Reduktion der Supply-Chain-Kosten und Lagerkosten um 30%

Reduzierung des Reportingzyklusses von 2 Tagen auf einige Minuten.

Mehr Umsatz und höhere Margen durch Optimierung des Produktmixes in den Filialen

Verkaufsplanung – Erfolgsstory aus der Praxis

Hintergrund

- Handelsunternehmen, USA
- 3.400 Filialen in 40 Staaten



Ziele

- Lagerhaltung **mit richtigem Mix** aus Artikeln in jeder Filiale
- **Umsatzsteigerung** im “Do it for me”-Bereich
- **Reduktion der Kosten** durch Bereitstellung des richtigen Artikelbestands an der richtigen Position **in der Supply Chain**

Lösung

- Erstellung von Modellen zur Vorhersage der Artikelnachfrage auf Filialebene für mehr als 500.000 Artikel
- Prognose von Reparaturzyklen und Bestimmung des Bedarfs an Ersatzteilen und die genaue Zusammenstellung des Filialsortiments
- Alle analytischen Komponenten werden zentral verwaltet und automatisch alle 120 Tage ausgeführt
- Direkte Integration in ERP Systeme

Ergebnisse

- Umsatzsteigerung in den Filialumsätzen um \$109 Mio pro Jahr
- Reduktion der Lagerbestände um 7%
- Reduktion des non-working capitals (wenig und schlecht laufende Artikel über 13 Monate) um \$54.7 Mio
- Vorhersagemodelle für Nachfrage waren mindestens zu 70+% genau

Cablecom

So trägt SPSS durch ein Managementprogramm für Unternehmensfeedback zur Verringerung von Kundenabwanderung bei

Hintergrund & Challenge

Die Cablecom GmbH ist der größte Kabelnetzbetreiber der Schweiz. 1,6 Millionen Haushalten im ganzen Land bietet Cablecom Kabelfernsehen, Internet und Mobiltelefonie. In einer Zeit, in der Kundenabwanderung ein großes Problem darstellt, trägt die Fähigkeit, mit **maßgeschneiderten Marketinginitiativen** auf den Kunden zuzugehen, entscheidend zum Erfolg eines Unternehmens bei. Cablecom hat erkannt, dass zur **Eindämmung der Abwanderung** der Punkt erkannt werden muss, an dem ein Kunde mit der Dienstleistung unzufrieden geworden ist.

Lösung

Cablecom wand sich an SPSS, um ein Managementprogramm für Unternehmensfeedback und den Einsatz von prädikativen Analysetechniken umzusetzen, mit dem sie mehr über Eigenschaften, Verhalten und Einstellungen ihrer Kunden erfahren können. Cablecom befragt die Kunden an entscheidenden Punkten im Produktlebenszyklus, um sie besser kennen zu lernen und ihre Abwanderungswahrscheinlichkeit einschätzen zu können. Um die Abwanderungsrate zu verringern, ermittelt Cablecom so wichtige Beschwerdepunkte und behebt diese proaktiv.

Komponenten der Lösung

- SPSS Modeler
- SPSS Base Statistics

Benefits

- Identifikation unzufriedener Kunden innerhalb des gesamten Kundenstamms mit einer Wahrscheinlichkeit von **78%**
- Erschließung von **Cross-Selling-Möglichkeiten** durch Identifizierung zufriedener Kunden
- Senkung der Abwanderungsrate von **19% auf 2%**



Fiat Group Automobiles

IBM SPSS Statistics hilft Fiat bei der Identifizierung von potentiellen Kunden und Interessenten

Hintergrund & Challenge

Für die Fiat Group sind die Verkäufe von Pkw essentiell für das Wachstum und die Forschung und Entwicklung des Unternehmens sowie den Ausbau der globalen Präsenz. Deswegen wollte die Fiat Group die Wahrscheinlichkeit bestimmen, mit der zukünftige und wiederkehrende Kunden spezifische **Marken und Modelle** von Fiat-Automobilen kaufen würden, sodass individuelle Händler ihre **Marketingbudgets optimal nutzen** können. Außerdem musste das Unternehmen die Erfahrungen ihrer Kunden mit Händlern und Werkstätten besser verstehen.

Lösung

Die Fiat Group nutzt zu diesem Zweck IBM SPSS Predictive Analytics Software, um große Mengen an Kundendaten zu analysieren und Modelle zu kreieren, die das **Verhalten der Kunden vorhersagen** können und so die Beziehungen zu diesen verbessern können. Die Vorhersagemodelle berücksichtigen dabei eine Vielzahl an Variablen, um Kunden zu **segmentieren** und konkrete **Handlungsempfehlungen** bezüglich der idealen **Marketingkampagne** auszusprechen.

Komponenten der Lösung

- IBM SPSS Statistics
- IBM SPSS Modeler
- IBM SPSS Collaboration and Deployment Services

Benefits

- Verbesserung der **Responsequote** auf Marketinginitiativen um **15% bis 20%**
- Erhöhung der **Kundenbindung** um **7%**
- Unterstützung der kontinuierlichen **Verbesserung von Handels- und Reparatur-Einrichtungen**
- Zentralisiertes analytisches Reporting- und Modeling-System verbessert **Produktivität** und senkt **Kosten**
- Effiziente Zusammenarbeit mit großer Oracle-Datenbank mit der Historie von über 64 Millionen Kunden



Komatsu

Komatsu schöpft Nutzen aus Predictive Maintenance

Hintergrund & Challenge

Gegründet 1921 in Komatsu City, Japan ist Komatsu ein Ausrüster für Utility, Konstruktion und Mining und kann ein exponentielles Wachstum der ausgelieferten Maschinen beobachten. Die Zahl der Wartungstechniker bleibt dabei jedoch weitestgehend unverändert. Deswegen soll ein proaktives Monitoringsystem implementiert werden, dass die „richtigen“ vom drohenden Ausfall betroffenen Maschinen identifizieren kann und Qualitätsdefizite so frühzeitig erkennt.

Lösung

Mit Hilfe von IBM SPSS Predictive Analytics Software können diese Fehler vorausgesagt werden und konkrete **Handlungsempfehlungen** ausgesprochen werden. So bekommen Händler und Distributoren proaktiven Informationen über kritische Probleme und es bleibt genügend Zeit zur Ansetzung eines Reperatur-Termines, bevor das Problem überhaupt auftritt. Mit **Textverknüpfungsanalysen** kann nun auch das Wissen, das in den freien Textinformationen steckt, genutzt werden.

Komponenten der Lösung

- IBM SPSS Modeler

Benefits

- Verbesserung der Vorhersagequalität der Fehler-Identifikationsmodelle um **8,2%**
- Senkung der Zeit von Problemidentifikation bis zur Lösung um **18% (4 Arbeitstage)**
- Inhaltliche Verbesserung des Supports durch **schnellere und bessere Fehlererkennung** durch Call Center und besseres Verständnis der Ingenieure, welche Aktionen durch Techniker vor Ort tatsächlich durchgeführt werden



Neck & Neck

Spanischer Kinderausstatter nutzt SPSS Predictive Analytics auf vielfältige Weise

Business
Optimization

Hintergrund & Challenge

Neck & Neck ist eine spanische Marke, die Kinderkleidung für Kinder im Alter von 0 bis 10 entwirft, produziert und vertreibt. Mit über 215 Stores in 8 Ländern handelt es sich um ein mittelgroßes Unternehmen mit ca. 40 Millionen Euro Umsatz im Jahr. Neck & Neck benötigte nun ein Statistik-Werkzeug, das das Managen großer Mengen an Treueclub-Daten erleichtert.

Lösung

Um den Gewinn zu erhöhen und effizienter zu werden, wendet Neck & Neck IBM SPSS Modeler in verschiedenen Geschäftsbereichen an. So wird im Bereich Kundenmanagement **Marketingkampagnenoptimierung** betrieben und die richtigen Kampagnen für individuelle Kunden ausgewählt. Zusätzlich hilft SPSS dabei, Produkte entsprechend der Kundenvorlieben zu bündeln und so die Cross-Selling Potentiale verschiedener Kundensegmente möglichst auszuschöpfen. Außerdem wird SPSS zur **Sortimentsplanung** eingesetzt, um Lagerpreise gering zu halten und gleichzeitig die Nachfrage aller Kunden bedienen zu können.

Komponenten der Lösung

- IBM SPSS Modeler

Benefits

- Umsatzwachstum in fast zweistelliger Höhe in wirtschaftlicher schwacher Phase
- Reduktion der Bestellungen pro Store um **30%** (Reduktion der Vorräte und des Bargeldbedarfs)
- Erhöhte durchschnittliche Ausgaben pro Kunde
- **Erhöhter ROI** pro Kunde und Kampagne

NECK & NECK

MSD (Merck Sharp & Dohme)

Mit SPSS-Lösungen optimiert der Pharmahersteller MSD seine Kundenansprache

Hintergrund & Challenge

Bei MSD Sharp & Dohme GmbH, einem der größten Hersteller für verschreibungspflichtige Medikamente, dessen Dienstleistungen sich strikt an den individuellen Anforderungen der Ärzte und Patienten ausrichtet, sind umfassende Informationen und effiziente Kommunikationsnetzwerke eine Aufgabe mit hoher Priorität. Von dieser Philosophie geleitet, leistet sich das Unternehmen, das Medikamente für Krankheiten wie Aids, Osteoporose, Herzinsuffizienz, Migräne und Asthma im Programm hat, eine hoch entwickelte Marktforschung.

Lösung

Ärzte lassen sich in ihrem Verhalten ebenso von ihrer individuellen Grundeinstellung leiten wie jeder andere Entscheidungsträger. Demzufolge kann MSD mit Hilfe von SPSS Predictive Analytics Software verschiedene **Ärztetypen** bestimmten Segmenten zuordnen, die dann **individuell** angesprochen werden müssen. So kombiniert MSD die intern verfügbaren Daten mit zugekauften Informationen auf Ebene Arzt-Gruppe für die Analysen und reichert diese Daten zusätzlich mit den mit **TextMining** aufbereiteten Kommentaren aus dem CRM-System an.

Komponenten der Lösung

- IBM SPSS Statistics
- IBM SPSS Modeler

Benefits

- Bessere Kundensegmentierung
- Genauere **Kundenprofile** basierend auf den Verschreibungen
- Analyse von Außendienstmeldungen: verbesserte Kundenprofile
- Effizientere Nutzung des **Marketingbudgets**
- Gezieltere **Ansprache** der Ärzte
- Feinjustierung des Marketingmixes pro Arzt



MSD

RTL Nederland / InSites Consulting

Analyse von Social Media Buzz involviert Fernsehzuschauer stärker



Hintergrund & Challenge

RTL Nederland wollte ihre Fernsehprogramme im holländischen Markt evaluieren und die Zuschauerzufriedenheit erhöhen, indem sie tausende von Konversationen im Internet analysieren und dafür nutzen. Deswegen benötigte RTL Nederland einen Weg, um Zuschauerfeedback aus Social Media – Quellen zu analysieren, zu interpretieren und erfolgreich darauf zu reagieren.

Lösung

RTL Nederland arbeitete mit InSites Consulting zusammen, um Zuschauermeinungen aus den nutzergenerierten Kommentaren in sozialen Netzwerken mit Hilfe von IBM SPSS Predictive Analytics Software zu extrahieren. Dies hilft RTL Nederland dabei, die Bedürfnisse und Neigungen ihres Publikums besser zu verstehen und dadurch die Zufriedenheit und Mitbestimmung ihrer Zuschauer zu erhöhen. Die gewonnenen Insights bezüglich Vorlieben und Abneigungen der Zuschauer erlaubt RTL Nederland, ihr Produktangebot entsprechend anzupassen.

Komponenten der Lösung

- IBM SPSS Text Analytics

Benefits

Analyse von über 71.000

Onlinekonversationen zum Thema “X FACTOR” stellte für RTL Nederland ein leistungsstarkes Werkzeug zum indirekten Messen der Zuschauermeinung und das Programm schnell anzupassen

Automatische Sammlung von unstrukturierten Daten aus dem Web

Zum Ende der Reality-TV-Shows wuchs der Online-Buzz dazu um fast 400%, was eine reiche Quelle an Informationen bezüglich Zuschauermeinungen bot



SPSS Lösungen für die Energieversorger

IBM SPSS Predictive Analytics

Ausgangslage	Einsatzgebiete SPSS - Schlagworte	Adressierte Fragestellungen	Benefits / Wettbewerbsvorteile
<p>Der Energiemarkt hat sich gewandelt, Energieversorger stehen vielfältigen Herausforderungen gegenüber: Immer mehr Anbieter betreten den liberalisierten Markt, Preisangebote schwanken, Kunden sind zunehmend anspruchsvoll und wechselwillig. Vertrieb, Marketing und Controlling werden daher zu zentralen Erfolgsfaktoren: Energieunternehmen müssen Angebote gezielt optimieren, kundengerecht adressieren und ihre Vertriebskanäle ausbauen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kündigerprävention – Aufbau eines Frühwarnsystems für abwanderungsgefährdete Kunden • Vertriebssteuerung – Identifikation von Cross- und Upsellpotentialen • Predictive Maintenance – Identifikation von Schwachstellen im Netz und proaktive Steuerung der Wartung • Energiedatenmanagement Forecasting – Prognose von Energie- und Wasserverbrauch zur optimalen Einkaufssteuerung • Call Center Optimierung – Real-Time-Entscheidungsunterstützung des Call Center Agents durch visuelle Handlungsempfehlungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Welche Kunden werden in den nächsten 3 Monaten kündigen? • Mit welchen Maßnahmen kann ich eine Kündigung verhindern? • Welche Kunden sprechen positiv auf welche Marketingkampagne an? • Wie kann ich kostenintensive Betriebsausfälle im Vorfeld verhindern? • Wie viele Anrufer werden in 3 Wochen das Call Center kontaktieren? • Welche Kunden werden in den nächsten Jahren am wertvollsten sein? • Was denken Ihre (potentiellen) Kunden über Ihr Unternehmen? 	<ul style="list-style-type: none"> • Geringere Kündigerquoten durch frühzeitige Identifikation und Kontaktierung abwanderungsgefährdeter Kunden • Höhere Umsätze durch optimale Produktempfehlungen (Next Best Offer) • Geringere Marketingkosten durch geringere Streuverluste bei zielgruppengenaue Kampagnen • Reduktion von Betriebsstörungen und Netzausfällen durch gezielte Personaleinsatzplanung der Instandhaltung

Referenzen

- RWE / Envia/ Lechwerke – Kündigerprävention
- Mainova – Kündigeranalysen und Forecasting
- Vattenfall HEW – Kündigerprävention & individuelle Kundenansprache
- Stadtwerke München – Kundenzufriedenheitsanalysen & Enterprise Feedback Management
- Yorkshire Water – Prognose von Ausfällen im Abwassernetzes und prädiktive Wartungssteuerung

Nucleus Research: ROI Report über SPSS

- 94% aller Projekte mit positivem ROI
- 10,7 Monate für die Erreichung des ROI (im Ø)



“Das ist einer der höchsten ROI Werte, der im Laufe unserer Evaluierungen erreicht wurde.”

Rebecca Wettemann, Vice President of Research at Nucleus Research

IBM Business Analytics Services



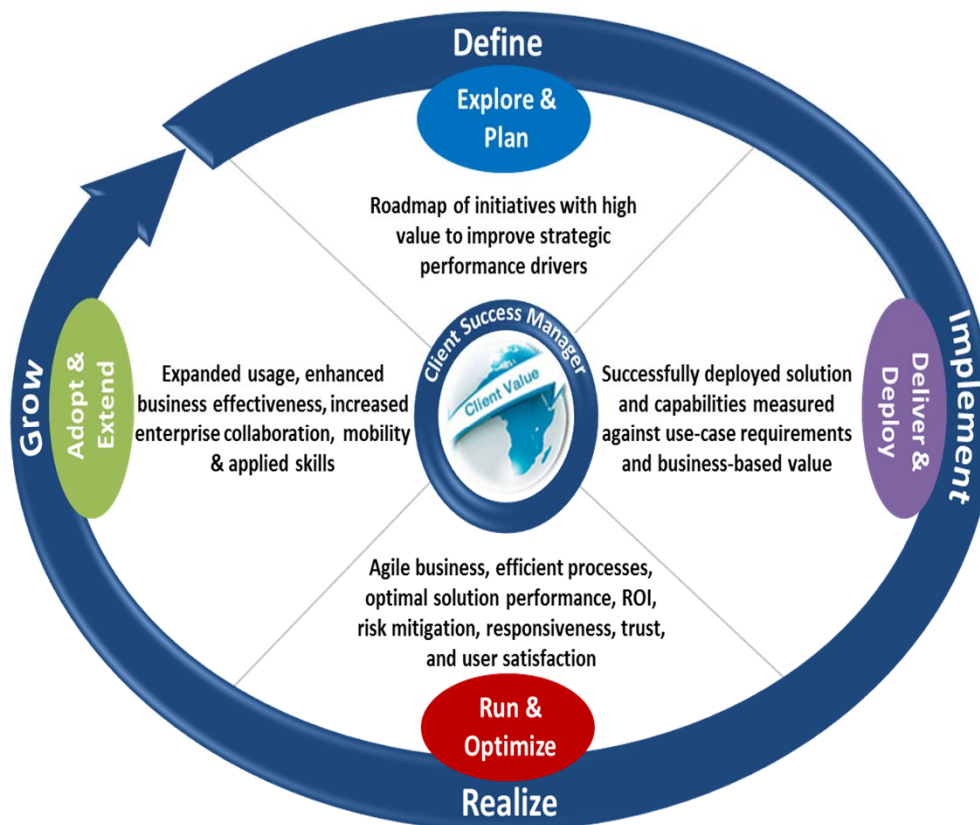
Smarter Analytics

Kurze Vorstellung....

- IBM Business Analytics Services versetzt Kunden in die Lage, mit der IBM Software **erfolgreich Ihre Anforderungen zu erfüllen** und Projekte im Zeitplan, im Budget mit der geforderten Qualität umzusetzen
- Dies mit der Kombination aus Zertifizierungen, ständiger Weiterbildung und langjähriger Beratungserfahrung (**> 25 Tage/Jahr** für Weiterbildung pro Mitarbeiter)
- Wir sind wirklich fokussiert auf das Business Analytics (BA) Produkt Portfolio (**> 64.000 Projektstunden/Jahr** allein in Deutschland)
- Ca. 40 Berater in der DACH Organisation
- Unterschiedliche Schwerpunkte:
 - Business Intelligence
 - Financial Performance Management
 - Predictive Analytics
 - Risk Management
- **75% der Berater haben >7 Jahre Projekterfahrung**

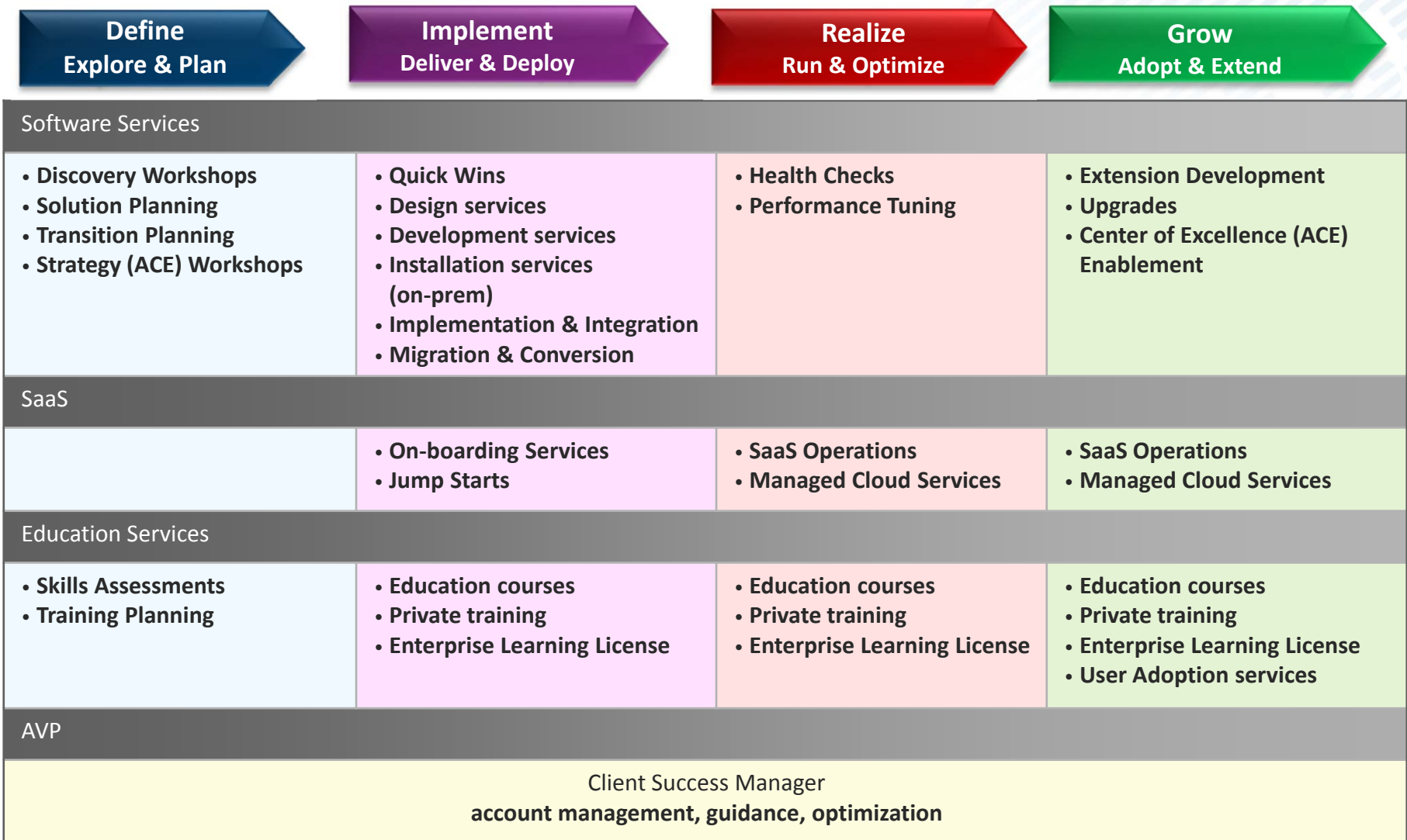
Services im Customer Success Lifecycle

Customer Success Lifecycle



- Kundenerfolg durch globale Präsenz
- Risikominimierung durch bewährte Umsetzungsmethodik
- Frühzeitige Erfolge und schneller Aufbau von Wissen durch Best Practices der Berater
- Direkte Unterstützung durch IBM Product Management, R&D, Lab Advocates und anderen IBM Ressourcen
- Umfangreiche Zusammenarbeit mit IBM Business Partnern

Wie können wir unterstützen ?



Schulungen

✓ Vorteile

Instructor-Led

- Vor Ort beim Kunden
- IBM Schulungsunterlagen
- Optional: IBM Schulungsumgebung

- ✓ Erfahrene Berater / Trainer
- ✓ Hohe Interaktion

Self-Paced

- IBM Umgebung und Unterlagen
- Training über das Internet
- Zeit frei einteilbar

- ✓ Modular und flexibel
- ✓ Günstige Kosten

Enterprise

- Unternehmensweites Training
- eLearning & Schulungsunterlagen
- National oder auch Global

- ✓ Schnelle Anpassungen möglich
- ✓ Schneller Roll out
- ✓ Einmaliger Betrag – unbegrenzte Nutzung



Weiterhin.....

- Zertifizierungen
- Finanzierungsoptionen



FRAGEN



Business Analytics

IBM
Software
Solutions
Group



Ihre Ansprechpartner
IBM Business Analytics

Tel: 089 – 4504 – 2022

