

Predictive Analytics zur Kundenbindung

Big Data - Daten in messbaren Nutzen verwandeln

Ausgangssituation

Ein Internet Service Dienstleister liefert den Verkehrsteilnehmern Echtzeit-Informationen zum Strassenverkehr. Der Verkehrsteilnehmer kann sich mit unterschiedlichen Communities zusammenschliessen, die auf Baustellen, Unfälle, Radarstationen oder Staus aufmerksam machen. Der Service Provider ist sehr erfolgreich und möchte mit Kundenbindungsprogrammen die 5 Millionen Kunden stärker an sich binden. Dafür sollen die historischen Kunden und Service Daten analysiert werden. Die Daten sind in einer NoSQL Datenbank gespeichert und stehen für Auswertezwecke zur Verfügung.

Projektziele

- Effizienzsteigerung der Marketingkampagnen und damit Kostenersparnisse
- Ausrichtung der Marketingkampagnen auf spezifische Anwendergruppen
- Inhaltliche Kampagnenbildung mit historischen Daten
- Erweiterung des Service Angebots

Kundennutzen

- Kampagnen treffen die richtigen Anwender
- Kunden profitieren von neuen Angeboten
- Kunden können die bestehenden Angebote einfacher nutzen
- Es findet eine verstärkte Kundenbindung statt



Lösungsweg

- Die Daten über das Fahr- und Anwenderverhalten werden in anonymisierter Form ausgewertet. Der persönliche Datenschutz wird dabei jederzeit eingehalten. Auch grosse Datenmengen lassen sich mit der vorliegenden Big Data Lösung analysieren
- Das Anwenderverhalten der Services wird visualisiert und dokumentiert.
- Die Daten durchlaufen eine Machine Learning Modell, wodurch verschiedene Kundensegmente gebildet werden. Die Kundensegmentierung ist dynamisch und kann aufgrund des Kampagneninhalts variiert werden.

LeanBI AG

Neuengasse 21
CH-3011 Bern
www.leanbi.ch

Kontakt

Marc Tesch, CEO
Phone: +41 79 247 99 59
info@leanbi.ch



Big Data

Einfach · Agil · Transparent