

D & G -Anwender haben die Nase vorn

Es ist unbestritten, dass die Anwendung von Data Mining im Versandhandel strategisch sinnvoll ist, dass Data Mining verhilft, Kosten zu senken ebenso wenig. Aber wie sieht es in der ökonomischen Gesamtbilanz aus? Hier haben Großunternehmen eine günstige Kosten/Nutzen-Relation, die den Einsatz von Data Mining rechtfertigt. Getragen wird diese Tatsache durch den betragsmäßig größeren Gesamtnutzen. Im Mittelstand hingegen können nur niedrige Einführungs- und Betriebskosten den Einsatz von Data Mining attraktiv gestalten.

War bislang für den mittelständischen Versandhandel die Investition in Data Mining oft keine Angelegenheit kurzfristiger Amortisationen, so stellt sich zumindest für alle Anwender des D&G-Versandhaus-Systems (VS/4) diese Frage nicht mehr. Gemeinsam mit der prudsys AG (Chemnitz/Sachsen) bietet die D&G-Software GmbH eine Data-Mining-Lösung basierend auf der VS/4-Datenstruktur an. Die spezielle Anpassung an das D&G-Versandhaus-System (VS/4) ermöglicht eine kostengünstige Nutzung von Data Mining für Auswertung, Analyse und Zielgruppenoptimierung und erschließt so diese Arbeitsmittel allen D&G-Anwendern.

In einem kurzen Ausblick bieten sich folgende grundlegenden Möglichkeiten mit Data Mining auf dem D&G-Versandhaus-System (VS/4):

- Auswertung und Reporting zu allgemeinen (auch eigenen) Kennzahlen; Gruppierungen, Aggregate, Views, auch in Echtzeit,
- Responseanalyse ihrer Zielgruppen,
- Daten getriebene (optimale) Zielgruppenauswahl.

Betrachten wir das klassische Problem der Definition von Mailingzielgruppen etwas genauer, um die Vorteile von Data Mining näher zu beleuchten. Üblicherweise basiert die Zielgruppenauswahl für Mailings auf Erfahrungswissen. Um das Erfahrungswissen zu pflegen und nachfolgende Auswahlen entsprechend zu verbessern, sind Responseanalysen unumgänglich. Data Mining liefert schnell qualifizierte Responseanalysen aller Zielgruppen. Darüber hinaus können sich Analysten aber auch Daten getrieben, d.h. automatisch auf Grundlage von Kunden- und Bestellhistorie, ertragsoptimale Zielgruppen vorschlagen lassen.

Responseanalyse				
Zielgruppe	Anzahl Kunden	Prognose	Response	Deckungsbeitrag
A	14.436	66,0%	68,4%	133.941,10 €
B	13.050	45,6%	40,9%	45.884,56 €
C	16.605	31,0%	32,5%	30.234,18 €
D	15.060	27,9%	25,2%	16.177,41 €
E	10.029	20,9%	19,8%	7.944,20 €
F	11.676	16,3%	14,6%	3.924,24 €
G	4.761	15,4%	15,4%	1.960,70 €
H	14.943	14,8%	14,5%	368,56 €
I	15.966	11,0%	9,6%	-5.083,34 €
K	1.392	10,8%	11,0%	-460,26 €
L	20.229	4,8%	5,2%	-9.792,54 €
M	3.861	4,5%	4,6%	-1.988,01 €
Gesamt	142.008	-	21,8%	222.615,08 €

Auszug aus einer Responseanalysetabelle. Anmerkung: Im Rahmen der Umsetzung der Data-Mining-Analyse sollten nur noch die Zielgruppen A-H (positiver Deckungsbeitrag) angeschrieben werden.

Die Basis für alle Data-Mining-Analysen wird bei dem speziell auf das D&G-Versandhaus-System (VS/4) angepassten System aus drei grundlegenden Komponenten gebildet: einem universellen aus den VS/4-Daten abgeleiteten Data Mart, welches in der VS/4-Datenbank angelegt wird, einer Softwareerweiterung für Auswertung-/Reporting sowie einer Softwareerweiterung für die Daten getriebene Zielgruppenauswahl. Somit stehen jedem D&G-Anwender alle Möglichkeiten der Data-Mining-Nutzung schnell und kostengünstig zur Verfügung.

Alternativ zum Einsatz von Data-Mining-Software im Haus selbst, welches im Mittelstand oft auch eine Frage von Personalverfügbarkeit und -qualifikation ist, bieten D&G-Software und die prudsys AG die Bereitstellung von Analysen und Data Mining basierten Zielgruppenauswahlen auch als Dienstleistung an. Für die Datenbereitstellung wurde deshalb von D&G-Software eine Systemerweiterung geschaffen, mit der der Versender die benötigten Daten bei Bedarf in einer verschlankten Form zur Analyse an prudsys ausgeben kann. Weiterhin ist diese Erweiterung in der Lage, die von prudsys gelieferten Ergebnisdaten in die Datenbanken des Senders einzuspielen, so dass diese anschließend für VS/4-Selektionen zur Verfügung stehen.

Zusammenfassung

- Kostenreduzierung des Data-Mining-Einsatzes durch Standardisierung für D&G-Anwender
- Umfangreiche Auswertungen und Reporting (Operationen auch in Echtzeit)
- Responseanalyse von Zielgruppen
- Daten getriebene (optimale) Zielgruppenauswahl
- Lösung mit Software im Haus oder als Dienstleistung möglich

