

# Predictive Analytics

Bessere Entscheidungen auf Basis belastbarer Daten



Niemand kann in die Zukunft schauen. Doch gibt es Methoden, mit denen man aus Daten aus der Vergangenheit auf zukünftige Trends und Entwicklungen schließen kann. Das ist Aufgabe und Ziel von Predictive Analytics. Das hat mit einem verschwommenen Blick in die Glaskugel nichts mehr zu tun. Predictive Analytics entdeckt Muster und Zusammenhänge in den Daten und ermöglicht Vorhersagen, was aufgrund der Historie in Datenbeständen in Zukunft mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit passiert und welche Trends sich abzeichnen.

Statistische, mathematische und linguistische Verfahren schaffen einen echten Mehrwert und Kundennutzen aus den Datenmengen von Big Data. Damit ist Predictive Analytics

auch eine der zentralen Herausforderungen für digitale Unternehmen, die Kundenerlebnismangement als kritischen Erfolgsfaktor begreifen. Bereits heute ist Predictive Analytics ein etabliertes Element in Bereichen wie Marketing, Kundenanalyse, Budgetierung oder Customer Relationship Management.

Predictive Analytics schafft Fakten, die sich im Rahmen eines Modells nachvollziehbar und eineindeutig ergeben. Diese Fakten müssen dann interpretiert werden, um daraus dann die richtigen Schlüsse ziehen zu können und auf Basis dessen wichtige Entscheidungen zu treffen. Im Zuge der Digitalisierung der Welt wird Predictive Analytics immer wichtiger. Es dient insbesondere dazu, die Spuren

der digitalen Kunden im Big Data quer über alle Kanäle und Kontaktpunkte zu entdecken, zu analysieren und zukünftiges Kundenverhalten und Kundeneigenschaften vorherzusagen. Aus der Datenvielfalt und dem Datenvolumen aus unterschiedlichsten Datenquellen wird aus Big Data die Essenz herausgefiltert: Smart Customer Data.

Gerade im Kundenerlebnis-Management bietet Predictive Analytics Unternehmen Umsatz- und Gewinnpotenziale: Smart Data schlägt Big Data. Unternehmen erfassen heute riesige Datenmengen über ihre Kunden. Sie nicht zu analysieren ist fatal, sie alle losgelöst von einander zu betrachten eine große Ressourcenverschwendung. Predictive Analytics

ermöglicht durch den zukunftsbezogener Umgang mit Kundendaten diese Datenmengen nutzbar zu machen. Dank der komplexen Formeln ist Predictive Analytics in der Lage mit sehr hoher Genauigkeit Aussagen beispielsweise darüber zu treffen, in welchem Maße Vertriebsmitarbeiter das Potenzial in ihrem Vertriebsgebiet ausschöpfen, welche Zielgruppe in den kommenden Jahren Interesse an bestimmten Produkten haben wird und bei welchem Kunden ein Abwanderungsrisiko besteht. Das bedeutet neue Einsichten in Kunden und Markt und bietet damit die Basis für bessere Entscheidungen, Aktionen und Maßnahmen. Schließlich wird Predictive Analytics zum Impulsgeber für Innovation.

## SOLUTION

Wenn Sie Vorhersagen über das zukünftige Verhalten Ihrer Kunden machen wollen, brauchen Sie belastbare Daten über das bisherige Kaufverhalten. Diese müssen unter anderem aus Big Data und allen Kanälen entsprechend gefiltert und konsolidiert werden. Mit anderen Worten: Um Big Data in Smart Customer Data zu wandeln, ist ein professionelles Information Management notwendig. Denn Voraussetzung für erfolgreiches Predictive Analytics ist ein Kunden-Data-Warehouse mit eindeutiger Kunden-ID, das Ihnen all diese Daten entsprechend aufbereitet bietet.

Uniserv Smart Customer MDM verhilft Ihnen zu einem effektiven Kundendatenmanagement. Mit unserer schlanken, maßgeschneiderten Lösung bilden Sie Golden Records und haben damit alle unternehmensweit verfügbaren Informationen zu einem Kunden sofort parat. Verwaltet werden die Golden Records in einem zentralen Repository. Die Datenqualitätstools sorgen für aktuelle, eindeutige und verlässliche Kundendaten. Identity Resolution ordnet ähnliche Sätze aus verschiedenen Quellen einem einzigen Golden Record zu. Datensilos werden aufgebrochen, fragmentierte

Daten gehören der Vergangenheit an. So wissen Sie immer welcher Kunde auf welchem Kanal welches Produkt erworben hat. Auf Basis der lückenlosen Kundenhistorie und des bekannten Nutzerverhalten sind Sie dann in der Lage, individuelle Angebote zu gestalten und an die richtigen Personen zur richtigen Zeit zu adressieren.

Mit Uniserv generieren Sie das für Predictive Analytics so elementare Wissen über Ihre Kunden, deren Verhalten und Bedürfnisse. Durch die Anreicherung der internen Daten und der Erschließung neuer Datenquellen zur Ergänzung wird das einzelnen Kundenbild noch schärfer. Durch die Vorhersage wahrscheinlicher Entwicklungen von Kunden- und Markttrends gewinnen Sie für Marketing und Sales wichtige Erkenntnisse und konkrete Handlungsempfehlungen zur Steuerung von zukünftigen Marketingmaßnahmen oder zur Verbesserung von Angeboten. Die Konsequenz ist ein Kundenerlebnismanagement, das die Erwartungen der Kunden erfüllt. Das bedeutet einen deutlichen Wettbewerbsvorsprung gegenüber den Mitbewerbern, sozusagen „real digital“.

---

## UNISERV

Rastatter Str. 13, 75179 Pforzheim, Germany, T: +49 7231 936-0, +31 2030 80 371, +44 7535 418 180  
E: info@uniserv.com, www.uniserv.com © Uniserv GmbH, Pforzheim, All rights reserved

