

FastStats Modelling™

Lernen Sie Ihre Kunden besser kennen

Vorteile

- › Steigerung der Response-Rate durch effektive Zielgruppenansprache
- › Verwendung von Profilen Ihrer besten Kunden zur Akquise weiterer Kunden
- › Identifizierung der Märkte mit dem größten Potenzial
- › Identifizierung von Cross- und Up-Selling Potenzial
- › Erkennen von Kundengruppen mit ähnlichen Eigenschaften
- › Verarbeitung von Millionen Datensätzen in Sekunden
- › Erstellung von statistischen Modellen und Kampagnen in einer integrierten Umgebung
- › Leistungsstarke graphische Nutzeroberfläche mit intuitiver Drag&Drop-Technologie

Data Mining – fundierte Entscheidungsgrundlage zur Zielgruppenbestimmung

Die Kenntnis der Merkmale Ihrer Kunden sowie Ihrer Stärken und Schwächen in den verschiedenen Marktsegmenten ist Voraussetzung für erfolgreiche Marketing-Maßnahmen. Das Modellierungsmodul in FastStats nutzt Analysemethoden wie Marktdurchdringung, Kunden-Profilung, patentierte PWE-Bewertung (Predictive Weight of Evidence), Entscheidungsbaumstrukturen* (einschließlich CHAID) und Clustering, um Sie bei Ihrer Zielgruppenbestimmung zu unterstützen.

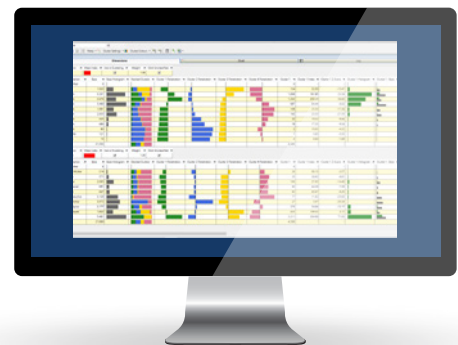
Datenmodellierung mit FastStats ist nicht nur leistungsstark, sondern auch schnell, intuitiv, einfach anzuwenden und auf Marketing-Fachleute zugeschnitten.

- Steigern Sie die Response-Raten durch effektivere Zielgruppenbestimmung
- Verwenden Sie Ihre Kundenprofile, um ähnliche Kunden anzusprechen
- Nutzen Sie Cross- und Up-Selling-Potenziale
- Konzentrieren Sie sich auf Märkte und Segmente mit hohem Potenzial
- Erkennen Sie frühzeitig Kunden, mit hoher Absprunggefahr
- Identifizieren Sie Kundengruppen mit ähnlichen Eigenschaften

Erstellung von Kundenprofilen – Identifizieren der wichtigsten Eigenschaften

FastStats verarbeitet Millionen von Datensätzen in nur wenigen Sekunden und liefert Ihnen Kundenprofile mit statistisch wertvollen Merkmalen. Sie können diese Informationen nutzen, um weitere Kundenprofile mit denselben Eigenschaften zu finden. Reports zu Marktdurchdringung und Potenzial zeigen die Segmente auf, in denen Sie unter- bzw. überrepräsentiert sind.

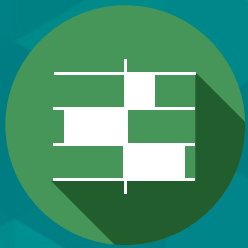
FastStats ermöglicht Ihnen außerdem den Vergleich von zwei Kundengruppen, die über verschiedene Kanäle akquiriert wurden. Dies bedeutet, dass wesentliche Merkmale identifiziert und in zukünftigen Kommunikationen angewendet werden können.



Integrierte Analyse – Verschlinkung Ihrer Marketingprozesse

FastStats optimiert den Prozess der Erstellung und Anwendung von Bewertungsmodellen für die Auswahl von Kunden für Marketingkampagnen. Sie benötigen für die Modellierung keine externen Applikationen mehr und können Ihre Expertise und Kreativität Ihrem Unternehmen und Kunden zu Gute kommen lassen, anstatt Sie in die Erstellung von komplexen Modellen zu binden.

*Die Entscheidungsbaumfunktion ist bei Verwendung von FastStats Weblink nicht verfügbar.



FastStats Modelling™

Lernen Sie Ihre Kunden besser kennen

Funktionen

- › Generierung von Reports zu Marktdurchdringung, Potenzial und Kundenprofilen
- › Entwicklung von Modellen zum Bewerten, Klassifizieren und Segmentieren Ihres Datenbestandes
- › Verwendung der patentierten PWE-Methodik
- › Erstellung von Entscheidungsbaummodellen (einschließlich CHAID)
- › Identifizierung von Clustern mittels des K-Means-Algorithmus
- › Direkte Ableitung von Selektionen aus Modellierungsergebnissen
- › Verwendung von Modellreports zur Berechnung der optimalen Rendite

FastStats® ist eine eingetragene Marke von Apteco Ltd. Die FastStats-Technologie ist durch das US-Patent 7,200,607 geschützt.

©Apteco 2017, alle Rechte vorbehalten

info@apteco.de

+49 (0) 69 25 66 97 0-0

Datenmodellierung – Kundenverhalten vorhersagen

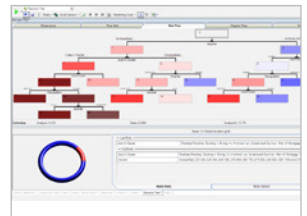
Wenn Ihr Kundenprofil oder Ihre Clusteranalyse erstellt wurde, kann ein Modell angewendet werden, das jeden Datensatz in Ihrer FastStats-Datenbank bewertet, klassifiziert und segmentiert. FastStats bietet drei Haupt-Modellierungstechniken:

Profilerstellung

Unter Verwendung des patentierten PWE-Verfahrens, welches weithin anerkannte Informationstheorie und Bayessche Wahrscheinlichkeitstheorie kombiniert, klassifiziert diese Methode einzelne vorhandene und potenzielle Kunden. Sie ist dabei schnell, automatisiert und erfordert nur minimale Nutzereingaben.

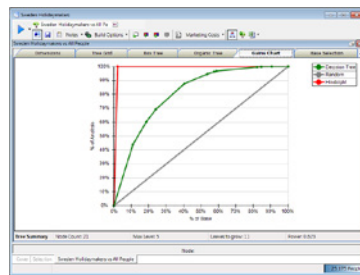
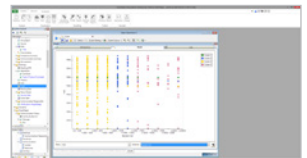
Entscheidungsbaummodelle (einschließlich CHAID)

Mit dieser Methode legen Sie Regeln fest, um die Segmente oder Gruppen zu identifizieren, die eine proportional höhere Anzahl Ihrer besten bestehenden und potenziellen Kunden enthalten.



Clustererstellung

Eine Clusteranalyse identifiziert Gruppen von bestehenden und potenziellen Kunden mit ähnlichen Eigenschaften. Für die Zuordnung der Datensätze zum nächsten Clusterzentrum wird das K-Means-Verfahren verwendet. So können Sie Ihren Datenbestand besser visualisieren und segmentieren.



Modellbewertung – Berechnen der maximalen Rendite

Das Modellreport-Tool in FastStats ermöglicht das Testen der Modellierung mit einer Validierungsprobe. Durch Eingabe von Kennzahlen wie Kosten und Einnahmen identifizieren Sie den Punkt, an dem Ihr Modell die maximale Rendite erwirtschaftet bzw. im vorgegebenen Budgetrahmen bleibt.

Datenselektion – von der Analyse zur Kampagne

Mit FastStats können Sie auf Grundlage Ihrer Modellierungsergebnisse auf einfache Art und Weise Selektionen definieren, um sie für die nächste Marketingkampagne bereitzuhalten. Diese Selektionen können für die weitere Verwendung exportiert oder direkt in FastStats PeopleStage für die Kampagnenplanung und -durchführung eingesetzt werden.