



Der Draht zum Kunden

Kampagnen- und Kundenbeziehungsmanagement im Handel mit SAS®

Aufgabe

The Phone House, unabhängiger Komplettanbieter für Kommunikation und Entertainment, bewegt sich in Deutschland auf einem hart umkämpften Markt. Speziell der Mobilfunkbereich ist mit mehr als 100 Millionen SIM-Karten bei einer Bevölkerungszahl von 83 Millionen mehr als gesättigt. Daher sind gute Kundenbeziehungen und gezieltes Kampagnenmanagement für The Phone House unumgänglich: Durch die genaue Kenntnis des Kundenverhaltens, effiziente Kampagnenplanung und optimale Positionierung der Produkte – verbunden mit kreativen Kommunikationsmaßnahmen – kommen mehr Kunden in die Shops von The Phone House, und die Verkaufsrate pro Kunde und Verkaufsfläche steigt.

Lösung

Um seinen Kunden optimale Angebote und Produkt-Bundles anbieten zu können, setzt The Phone House den SAS® Enterprise Miner™ ein: Er macht in der Standard-Warenkorbanalyse Zusammenhänge beim dem Kauf verschiedener Produkte sichtbar. Bei Mobilfunkverträgen analysiert The Phone House die Informationen zum Kaufverhalten der Kunden und kann so künftiges Kaufverhalten prognostizieren. SAS unterstützt den Komplettanbieter zudem bei der Erstellung von Scorecards, mit denen die Storno-/Abwanderungswahrscheinlichkeit eines Kunden berechnet wird.

Nutzen

Mit SAS kann The Phone House die Kauffrequenz und das Kaufverhalten der Kunden besser prognostizieren und so ein effektiveres Kundenbeziehungsmanagement betreiben. Dies gilt speziell für die Mobilfunksparte des Händlers, wo Vertragslaufzeiten und Upgrades für die Kundenbindung eine große Rolle spielen. Aber auch vor Ort in den Shops nutzt The Phone House die Analysefähigkeiten der SAS Lösung: So konnte der Händler die Positionierung der Produkte in den mehr als 200 Shops, die The Phone House selbst oder über Franchise-Partner betreibt, optimieren und die richtigen Produkt-Bundles am richtigen Platz positionieren. Darüber hinaus setzt The Phone House die Ergebnisse in der Kampagnenplanung ein.

„ Mit SAS können wir unser Angebot optimal justieren – die Verkaufsrate pro Kunde und pro Quadratmeter Shopfläche hat sich deutlich erhöht.“

Klaus Zumdick, Leiter Business Intelligence, The Phone House

The Phone House

Kommunikation auf meine Art.

sas

THE
POWER
TO KNOW.