



GE Capital

Weltweites CRM mit SAS®

Globales Customer Relationship Management – das bedeutet für GE Capital, innovativ zu sein. Ob Integration neuer Technologien über 30 Länder und 26 Unternehmen hinweg oder intelligente Marketingkampagnen – das US-Unternehmen stellt seine Konkurrenz stets in den Schatten, wenn es darum geht, neue Kunden zu gewinnen und die Beziehung zu Bestandskunden weiter zu stärken.

„Der Versuch, Neukunden zu gewinnen oder Cross-Selling-Potenziale auszuschöpfen, ist ungeheuer kostspielig – sofern man nicht über die entsprechenden entscheidungsrelevanten Informationen verfügt“, erklärt Shaun Coyne, Chief Technology Officer bei GE Capital Real Estate, früher im Führungsstab des IT-Teams von GE Capital Global Consumer Finance (GCF). „Deshalb haben wir nach einer Möglichkeit gesucht, das Kundenverhalten mit Hilfe automatisierter und systematischer Verfahren zu erfassen und diejenigen Produkte zu bestimmen, mit denen die Kundenbeziehung am besten ausgebaut werden kann.“

Da bereits ein Großteil des Unternehmens weltweit mit SAS arbeitet, entschied sich GE Capital auch bei der Ergänzung seiner globalen CRM-Lösung für SAS® Marketing Automation (SAS MA). Durch die Kombination leistungsstarker Analysefunktionen zur Bestimmung des Kundenverhaltens und modernster Technologie im Bereich Kampagnenmanagement bietet SAS MA alles, was Unternehmen wie GE

Capital zur zeitnahen Entwicklung intelligenter und profitabler Marketingkampagnen benötigen.

Mit der Konjunktur gehen

Mit Lösungen von SAS kann GE Capital, wie Coyne es ausdrückt, „organisch“ wachsen. Dies heißt für den Finanzdienstleistungsriesen, sich bei der Erschließung neuer Möglichkeiten während einer weltweiten Konjunkturlaute nicht auf Neukundenakquisition allein verlassen zu müssen. Durch das Cross- und Up-Selling von Produkten und die Pflege profitabler Kunden gelingt es einzelnen Geschäftsbereichen wie GE Capital GCF, die Profitabilität ihrer bestehenden Kundentämme weiter auszubauen.

„Auf einem Markt, der so stark vom Wettbewerb geprägt ist wie der der Finanzdienstleister, sind Kundeninformationen das A und O. Und natürlich muss man es auch verstehen, dieses Wissen Gewinn bringend einzusetzen, bevor einem die Konkurrenz zuvor kommt“, erklärt Coyne. „Der Wert integrierter Lösungen ist nicht zu unterschätzen: Mit ihnen lässt sich die Vorlaufzeit bis zur Umsetzung einer Kampagne erheblich reduzieren. Außerdem ist es von Vorteil, wenn hinter den Lösungen selbst ein globaler Anbieter steht, der für solide und zuverlässige Leistung bekannt ist. In SAS hat GE Capital einen solchen Partner gefunden. Mit Hilfe von SAS können wir unsere globale CRM-Strategie konsequent umsetzen. Dies bringt uns

Branche Finanzdienstleistungen

Aufgabe Organisches Wachstum und Marketing Automation

Lösung SAS® Marketing Automation

Nutzen Erschließung von Cross-Selling-Potenzialen und Verkürzung von Kampagnenlaufzeiten

auch unserem strategischen Ziel des organischen Unternehmenswachstums näher, das wir durch Ertragssteigerung mittels Cross- und Up-Selling bei unseren Bestandskunden zu erreichen suchen.“

GE Capital nutzt SAS MA, um

- die Rendite einzelner Kampagnen zu bestimmen, aus den Ergebnissen zu lernen und zukünftige Kampagnen entsprechend zu optimieren.
- die richtige Zielperson für Sonderangebote in jedem Haushalt anhand fundierter Regeln zu bestimmen.
- den Kampagnenzeitplan zu erstellen und automatisch Aktionen in beliebigen Abständen durchzuführen.
- ein- und ausgehende Kundenkontakte über zahlreiche Kanäle zu koordinieren und zu optimieren.
- Prognosemodelle zu entwickeln und diese mit anderen Datenbankkriterien zu kombinieren, um so exaktere Ergebnisse zu erhalten.
- Modelle nach Änderungen an Kundendatensätzen automatisch aktualisieren zu können.
- Analysen, Prognosemodelle und Kundenkommunikation zentral zu steuern.

Klare Vorteile

Coyne ist überzeugt: „Wir haben viel von SAS profitiert. Dazu gehört beispielsweise, dass SAS mit seinen Produkten den gesamten CRM-Bereich abdeckt und zudem wirklich überall auf der Welt vertreten ist. Ob in Thailand, Australien oder Indien – SAS ist immer

„Mit Hilfe von SAS können wir unsere globale CRM-Strategie konsequent umsetzen. Dies bringt uns auch unserem strategischen Ziel des organischen Unternehmenswachstums näher, das wir durch Ertragssteigerung mittels Cross- und Up-Selling bei unseren Bestandskunden zu erreichen suchen.“

Shaun Coyne, Chief Technology Officer,
GE Capital Real Estate

vor Ort. Wir wählen die Plattform und Strategie aus und führen sie dann in den unterschiedlichsten Anwendungen der anderen Länder ein – kein Problem mit SAS.“

„Mit SAS haben wir die Grundlage für analytische Entscheidungsprozesse gelegt“, berichtet Coyne. „Dadurch können wir enorme Cross-Selling-Potenziale erschließen und die Durchlaufzeit beträchtlich reduzieren.“

In den Erfolg investieren

Dank SAS ist es GE Capital außerdem gelungen, sich im hart umkämpften Markt der Kreditdienstleister einen Wettbewerbsvorteil zu sichern. Coyne erklärt dies so: „Um neue Kunden zu gewinnen bedarf es eines Abgleichs der eigenen Kundendaten mit externen Informationen, um so die entscheidenden Faktoren herauszufiltern. Das ist jedoch nur mit Hilfe statistischer Analysen möglich. Auf einem extrem wettbewerbsorientierten Markt ist die Investition in SAS für uns gleichbedeutend mit einer Investition in den Erfolg.“

GE Capital entschied sich für SAS als Partner, da hier mit nur einer einzigen Lösung alle CRM-Komponenten, die das Unternehmen benötigt, abgedeckt werden. „Mit nur einem Anbieter zu tun zu haben, macht uns die Arbeit deutlich leichter – v.a. wenn man berücksichtigt, dass die diversen CRM-Komponenten in die verschiedenen Systeme von 30 Ländern integriert werden müssen“, erklärt Coyne. „Wann immer CRM-Strategien auf Analysen aufbauen sollen, ist SAS daran maßgeblich beteiligt. Und: SAS ist weltweit vertreten. Das ist bei anderen Anbietern nicht automatisch der Fall – und viele von ihnen arbeiten auch nicht mit denselben Versionen. SAS bietet als durchgängige End-to-End-Lösung eindeutig die beste Plattform.“



SAS Institute GmbH
In der Neckarhelle 162
D-69118 Heidelberg
Tel: 06221/415-123
Fax: 06221/415-145

www.sas.de

SAS World Headquarters
SAS Campus Drive
Cary, NC 27513 USA
Tel: (919) 677 8000
Fax: (919) 677 4444
Web: www.sas.com