



Marketing

Wie können Sie...

Online-Handel



sas



Ihren Kunden besser verstehen und Angebote gezielter auf das Wachstumspotential ausrichten?



wissen, wie die Kanäle sich zueinander verhalten?



ein effektives Marketing aufbauen, um Millionen von Interaktionen zu erreichen?



Marketing so steuern, dass Budget und Markenwert beachtet werden?



Kundenbeziehungen aufbauen, die für beide Seiten lohnend sind?



mit Kunden in Echtzeit kommunizieren?

Drogerie



Elektronik



Lebensmittel



Büro und Schreibwaren




Wie kann eine führende deutsche Drogeriekette ...

den Kunden das Leben durch relevante Angebote erleichtern und sie personalisiert in Echtzeit ansprechen?



Termin
Fr. Schmidt



Mehr erfahren 

Ergebnisse

- ✓ Verbesserung der Kundenerfahrung
- ✓ Steigerung von Quote und Umsatz
- ✓ Erstellen einer kanalübergreifenden, personalisierten Kundenansprache
- ✓ Auswertung von Daten aus einer Vielzahl von Online- und Offline-Kanälen (Web, App und E-Mail sowie Shop)
- ✓ Next Best Offer: Kunden mit dem richtigen Angebot unterstützen, genau dann, wenn sie es brauchen.

Powered by
SAS® Customer Intelligence 360



Wie kann ein führender Schweizer
Lebensmitteleinzelhändler ...

eine ganzheitliche Sicht auf den Kunden für eine
personalisierte Ansprache erhalten?



Ergebnisse

- ✓ Eine ganzheitliche Sichtweise auf den Kunden für einen personalisierten Ansatz
- ✓ Erhöhte Response-Raten und Umsätze durch personalisierte Angebote
- ✓ Flexiblere Durchführung komplexer Kampagnen
- ✓ Ein zielgerichteter, effektiver Marketing-Ansatz mit mehreren Kanälen

Powered by
SAS® Customer Intelligence



Wie kann ein führendes europäisches Büroartikelunternehmen...

mit wechselnden Kundenanforderungen umgehen und sich mit einer wachsenden Anzahl von Online- und Offline-Kampagnen, mehreren Währungen/Sprachen und länderspezifischen Marketing-Teams zurechtfinden?

**Office
DEPOT**

sas

Mehr erfahren 

Ergebnisse

- ✓ Senkung der Druckkosten um 20% bei gleichbleibendem Umsatz, wodurch Geld für Investitionen in andere Bereiche frei wird
- ✓ Verbesserung der Standard-KPIs wie Response-Raten und Kundenumsätze
- ✓ Durch die Konsolidierung der Marketingaktivitäten auf einer Plattform erwartet Office Depot Europe zusätzliche Verkaufserlöse und erhebliche Einsparungen auf der IT-Seite, da das Unternehmen mehrere Punktlösungen auslaufen lassen kann

Powered by
SAS® Customer Intelligence 360





Wie kann ein großes B2B-Unternehmen der Unterhaltungselektronik...

sich neu erfinden, um in einer digitalen Welt zu überleben, die durch globale Konkurrenz wie Amazon und Alibaba sowie durch rekordtiefe Preise auf den Kopf gestellt wird?

Ergebnisse

- ✓ 20% der E-Mails wurden personalisiert, auf die 50% der Einnahmen entfallen
- ✓ Mehr als 200 Multichannel-Kampagnen wurden in 12 europäischen Ländern gestartet
- ✓ Identifizierung von 60% der Besucher (im Vergleich zu 2-3% zuvor), was zu höherer Kundenzufriedenheit und gesteigerten Einnahmen führt
- ✓ Analyse von Online- und Offline-Kundendaten in Echtzeit und Bewertung von Online-Käufern, um Präferenzen zu erfahren und persönliche Angebote abzustimmen
- ✓ Opt-outs sind stark zurückgegangen. Durch die Automatisierung von Kampagnen konnte die Marketingabteilung die Produktivität steigern und gleichzeitig die Kosten senken

Powered by
SAS® Customer Intelligence 360
SAS® Campaign Management
SAS® Marketing Optimization



Online-Handel

Wie können Sie...



maschinelles Lernen einsetzen, um die optimalen Vertriebskanäle Kundenerlebnisse zu ermitteln?



ein individuelles Kundenerlebnis schaffen?



individuelle Angebote in Echtzeit anbieten?



Bewertungen von Produkten verwenden, um schnell auf Risiken und Chancen zu reagieren?



E-Mail-Kampagnen durch Segmentierung & personalisierte Angebote aufwerten?



Käufersegmente gezielt ansprechen und Omnichannel-Einnahmen steigern?

Haustiere

Kosmetik

Online-Einzelhändler



Wie kann Europas größtes Unternehmen für Tiernahrung und -zubehör...

Käufersegmente gezielt ansprechen und Omnichannel-Einnahmen steigern?

Deutscher Einzelhändler für Haustierbedarf

Ergebnisse

- ✓ Kunden- und Einkaufssegmente, die auf der Grundlage analytischer Erkenntnisse geschaffen wurden
- ✓ Fähigkeit, neue Kunden zu identifizieren, die Kundentreue zu erhöhen und eine höhere Kauffrequenz über alle Kanäle hinweg zu generieren
- ✓ Signifikante Umsatzsteigerungen und ROI

Powered by
SAS® Customer Intelligence
SAS® Real Time Decision Manager
SAS® Enterprise Miner





Wie kann ein amerikanischer Kosmetikhändler mit über 1.196 Filialen...

personalisierte Kundenansprache auf allen Kanälen umsetzen?

Ergebnisse

- ✓ Automatisierung, Optimierung und Personalisierung der Customer Journey, um ein großartiges Erlebnis zu gewährleisten
- ✓ Anreize für Kunden schaffen, um ihre Kaufbereitschaft zu steigern und somit eine Gewinnmaximierung zu erreichen
- ✓ Nutzung von KI und maschinellem Lernen
- ✓ Nutzung von Treueprogrammen von über 90% der Kunden

Powered by
SAS® Customer Intelligence 360 Engage
SAS® Marketing Optimization
SAS® Unified Insights Plus



Wie kann ein führender Online-Händler mit mehr als 5 Millionen Kunden...

Angebote in Echtzeit personalisieren, um das Kundenerlebnis zu verbessern?



THE
VERY
GROUP

Previously
SHOP
DIRECT

sas

Mehr erfahren 

Ergebnisse

- ✓ Erhöhte Rentabilität durch Preis- und Angebotsoptimierung
- ✓ Lieferung personalisierter Produktangebote an bekannte Kunden
- ✓ Platzierung anonymer Kunden in analytisch abgeleitete Kundensegmente

Powered by
SAS® Real-Time Decision Manager
SAS® Advanced Analytics
SAS® Scoring Accelerator for Hadoop
SAS® Text Miner
SAS® Data Management
SAS® Visual Analytics



Merchandising

Wie können Sie...



maschinelles Lernen einsetzen, um Initiativen zur Steigerung der Rentabilität zu planen?



Sortimente für Ihre digitalen Kanäle erstellen?



finanzielle und operative Strategien planen, um die Rentabilität zu steigern?



strategisches Wachstum & digitale Transformation fördern?



sicherstellen, dass das richtige Produkt an Ort und Stelle ist?



eine wertorientierte Preisstrategie erreichen?



Ihren Kunden ein Einkaufserlebnis in jedem Kanal bieten – entsprechend der Nachfrage?

Baustoff-Fachhändler



Sport-Kleidung





Wie kann Großbritanniens führender
Baufachhändler und Baumarktbetreiber mit
vier Abteilungen und 2.000 Filialen...

Datenmanagement zur Erfassung und Gestaltung
der Kundennachfrage nutzen?

Ergebnisse

- ✓ Höhere Umsätze, Nettomargen und Marktanteile
- ✓ Erhöhte Verkaufszahlen während und am Ende der Saison durch Optimierung von Preissenkungen und Wiederholung der Rabatte
- ✓ Verbesserte Geschäftsabläufe und Effizienz
- ✓ Rationalisierung des Sortiments und der Räumlichkeiten an den verschiedenen Standorten, um der Kundennachfrage gerecht zu werden und den Umsatz zu steigern
- ✓ Erkennen von Nachfragetreibern und Trendverschiebungen

Powered by
SAS® Visual Analytics
SAS® Data Integration Studio



Wie kann einer der weltweit größten Anbieter für Sportbekleidung und Schuhe...

eine ergebnisorientierte Preisstrategie erfolgreich umsetzen?

Internationale Marke für Sportbekleidung

Ergebnisse

- ✓ Visuelle Einblicke auf Entscheidungsebene, die eine Bestandsoptimierung ermöglichen, um der Kundennachfrage in 2.000 Filialen gerecht zu werden
- ✓ Optimierung von Sortimenten und der Ladenfläche zur Steigerung des Umsatzes und Vermeidung von Überbeständen
- ✓ Category Manager treffen intelligentere Entscheidungen und arbeiten produktiver
- ✓ Erkennen von Nachfragetreibern und Trendverschiebungen

Powered by
SAS® Revenue Optimization



Supply Chain

Wie können Sie...

Demand Management



sas



Bestände optimieren, Kosten für Lagerhaltung & Transport reduzieren?



Marktführerschaft stärken und nachhaltige Werte schaffen?



den Lagerbestand & die Produktivität verbessern?



globale Lieferketten durch maschinelles Lernen & Automatisierung optimieren?



Angebote über verschiedene Kanäle antizipieren, um die Nachfrage genau vorherzusagen?



den optimalen Lagerbestand über die gesamte Supply Chain sicherstellen?



die Nachfrage nach frischen Produkten genau vorhersagen & den Überschuss minimieren?

Lebensmittel (FR) ▶

Lebensmittel (SA) ▶



Wie kann ein führender französischer Einzelhändler...

seine globale Lieferkette durch maschinelles Lernen und Automatisierung an 12.000 Standorten und Vertriebszentren verändern?



ZIELE

- ✓ Signifikante Erhöhung der Vorhersagegenauigkeit
- ✓ Aufbau eines funktionsübergreifenden Prognoseprozesses zur Vermeidung von Überhängen in Geschäften und Lagern
- ✓ Beschleunigen der digitalen Transformation des Unternehmens und Erhöhen des Wettbewerbsvorteils

Powered by
SAS® for Demand-Driven Planning & Optimization
SAS® Visual Data Mining and Machine Learning
SAS® Visual Analytics



Wie kann das größte südamerikanische Einzelhandelsunternehmen...

den Lagerbestand optimieren, um die Kosten für die tägliche Lagerhaltung zu reduzieren?



Ergebnisse

- ✓ Reduzierung des Lagerbestands um 30 Millionen Dollar im ersten Jahr
- ✓ Verstärkte Zusammenarbeit mit über 300 Lieferanten zur Verbesserung des Nachfrageplanungsprozesses und der Supply-Chain-Effizienz
- ✓ Effektive Verwaltung neuer Produktprognosen zur Erreichung der Zielvorgaben bei der Markteinführung
- ✓ Generiert effiziente Dashboards für Führungskräfte zur Überprüfung der Leistung

Powered by
SAS® for Demand-Driven Planning & Optimization



Demand Management

Wie können Sie ...



Konsumgüter (Global) ▶

Konsumgüter (US) ▶



Wie kann ein weltweit führendes Unternehmen für Nahrungs-, Gesundheits- und Wellnessprodukte...

die Nachfrage erkennen und gestalten, um einen Wettbewerbsvorteil zu erlangen?



Ergebnisse

- ✓ Höhere Genauigkeit bei der Bedarfsplanung
- ✓ Reduzierung der Prognosefehler (weniger als 50% des bisherigen Wertes), was zur Senkung des Betriebskapitals führte
- ✓ Verbesserte funktionsübergreifende Zusammenarbeit über die gesamte Lieferkette, den Vertrieb und das Marketing hinweg
- ✓ Allen Planern wurde eine Lösung zur Verfügung gestellt, die den unterschiedlichen Anforderungen gerecht wird

Powered by
SAS® Forecasting



Getränkehersteller

Wie kann ein Joint Venture mit zwei separaten Organisationen und unterschiedlichen Planungsmethoden...

die Prognosen vereinheitlichen, produktiver werden und die Arbeitsweise standardisieren?

Ergebnisse

- ✓ Eine einzige Prognoseplattform mit SAS
- ✓ Standardisierte Arbeitsweisen
- ✓ Mehr als 13% Verbesserung der Prognosegenauigkeit auf niedrigstem Niveau
- ✓ Erweiterte Funktionen zur Vorhersage neuer Produkte und zur What-If-Analyse

Powered by
SAS® Demand Forecasting and Planning



Store Operations

Wie können Sie...



DIY

Lebensmittel



Wie kann eine chilenische Baumarktkette...

die Effizienz ihrer Preisgestaltung und Planungsprozesse verbessern und gleichzeitig den Umsatz und die Marge über die Produktportfoliopläne erhöhen?

Sodimac

Ergebnisse

- ✓ Verbesserung des Deckungsbeitrags um +3,03% des Umsatzes im ersten Jahr
- ✓ Steigerung der Prognosegenauigkeit für jede Geschäftssparte
- ✓ Die Preisgestaltung wird für Umsatz- und Margensteigerungen verwendet sowie zur Reduzierung des Lagerbestands

Powered by
SAS® Revenue Optimization



Wie kann einer der größten internationalen
Lebensmitteleinzelhändler...

seine Personalplanung verbessern, um die
Verteilung der Ressourcen und die
Betriebskosten zu optimieren?

Lebensmitteleinzelhändler - Großbritannien

ERGEBNISSE

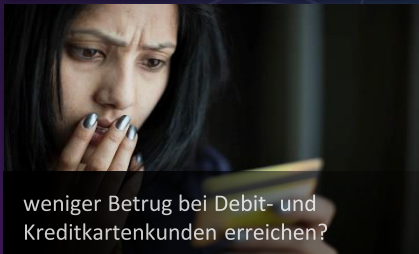
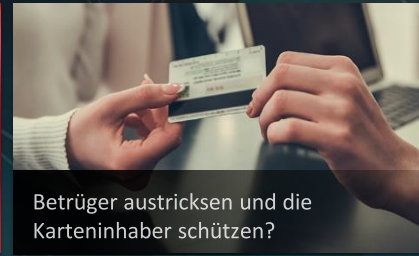
- ✓ Konsistenz der Betriebsmodelle über alle Filialvarianten hinweg
- ✓ Jährliche Optimierungsvorteile zur Unterstützung von Transformations- und Step-Change-Initiativen
- ✓ Verständnis der Wert- und Ressourcentreiber, die sich auf Ressourcenmodelle auswirken
- ✓ Simulation von Szenarien, um eine flexible und konsistente Erstellung von Business Cases zu ermöglichen


Powered by
SAS® Grid




Fraud & Loss Prevention

Wie können Sie...



Lebensmittel 

„General Merchandise“ 

Partnerschaft 





Wie kann der weltgrößte Handelskonzern...

globale Anti-Geldwäsche-Bestimmungen
einhalten?

Weltgrößter Handelskonzern

Ergebnisse

- ✓ Ein Dashboard zur Identifizierung von Risikobereichen
- ✓ Einhaltung der regulatorischen Anforderungen in verschiedenen Rechtssystemen
- ✓ Datenverwaltungsfunktionen zur Verfolgung von Geldtransfers und zum Abgleich großer Transaktionen mit ihren Eigentümern

Powered by
SAS® Anti-Money Laundering
SAS® Customer Due Diligence
SAS® Visual Analytics
SAS® Data Management advanced
SAS® Data Quality advanced



Wie kann ein europäisches
Handelsunternehmen...

Advanced Analytics nutzen zur transparenten
Überwachung von Verlusten und zur
Identifizierung von Risikobereichen?

Führender europäischer Händler

Ergebnisse

- ✓ Erkennen von Anomalien in mehreren Risikobereichen der Organisation: POS, P2P, digital, Inventar
- ✓ Effektivere Untersuchungen zur Aufdeckung wettbewerbswidriger Absprachen zwischen externen und internen Einheiten
- ✓ Optimierung der Datenerfassung und -anreicherung, um eine solide Grundlage für die Lösungsmodernisierung zu gewährleisten
- ✓ Nutzung von Dashboards und gezielte Informationen für Filialleiter, Mitarbeiter der Bereiche Betrug und Ermittlungen, interne Revision und Beschaffung
- ✓ Einführung von Präventivmaßnahmen und Austausch bewährter Praktiken in der gesamten Organisation

Powered by
SAS® Advanced Analytics



Retouren im Einzelhandel

Situation:

- ➔ Jährlicher Retourenwert von ca. **\$150 Mrd.**
- ➔ Jährlich verlieren Einzelhändler **\$50 Mrd.*** durch Schwund (durchschnittlich **1,34%** des Umsatzes).
- ➔ Hier enthalten sind Verluste durch Betrug bei Retouren (erhöhtes Risiko durch Zunahme des Online-Handels während COVID).

[*NRF 5 Ways The Retail Risk Landscape is Evolving](#)

Beispiel:

Mögliche Einsparungen durch die Reduzierung betrügerischer Retouren

- Umsatz	= \$1Mrd.
- Schwund (1,34% geschätzt)	= \$13,4 Mio.
- Retourenwert (@12% der Umsatz)	= \$12 Mio.
- Potenzieller Verlust durch Betrug*	= \$40 Mio.

**(geschätzter Anteil an Betrug: ein Drittel – \$120m / 3)*

Deshalb: Einsparungspotenzial unter der Annahme einer konservativen Berechnung um 1% bei betrügerischen Retouren (1% x \$40 Mio.)

= \$400 Tsd. pro Jahr

(oder eine Reduzierung des Schwunds um 0,04%)



Gemeinsames Vorgehen von KPMG & SAS

1. SAS & KPMG analysieren die Art und Häufigkeit von Retouren im Unternehmen.
2. Ursachen und Ursachencodes werden ermittelt und bereit gestellt.
3. Vertiefung des Service-Angebots:
Zu Beginn werden Prozesse zur Verbesserung der Situation auf der Grundlage von Ursachencodes etabliert.

Einblicke in folgende Bereiche:

- ✓ Auswirkungen auf die Bestände und Lösungsansätze
- ✓ Bereiche werden identifiziert, in denen Probleme auftreten könnten
- ✓ Zusätzliche Verfahren, um das Problem grundsätzlich zu verhindern

Hinweise auf den Umfang der betrügerischen Aktivitäten - zusätzliche Maßnahmen können nach eigenem Ermessen ergriffen werden.

Powered by
SAS® Advanced Analytics
& KPMG mit Branchenexpertise

SAS | Kundenerwartungen übertreffen



OPTIMIZE



SENSE

[SAS Omnichannel Retail & CPG](#)

