



## **SAS Customer Intelligence 360: Analytischer Volltreffer für die Orlando Magic**

*Analytics-Lösung verhilft dem NBA-Team zu einem besseren Kundenverständnis über alle Marketingkanäle*

Heidelberg, 30. September 2016 - Mit SAS Customer Intelligence 360 verschafft sich das NBA-Team Orlando Magic einen Rundumblick über seine Fans und somit die Chance, sie gezielter anzusprechen. Die integrierte Marketinglösung führt Daten aus Online- und Offline-Kanälen - von der Website über die mobile App bis hin zum Ticketschalter - in einem digitalen Marketing-Hub zusammen. Damit realisiert das Traditionsteam der wohl besten Basketball-Liga eine konsistente, relevante Customer Experience für Millionen von Fans weltweit.

"Unsere Services erweitern sich stetig, und das gleiche gilt für die Kanäle, über die unsere Kunden mit uns interagieren", erklärt Anthony Perez, Executive Vice President of Strategy bei den Orlando Magic. "Die Marke ist bereits bekannt für guten Kundenservice. Mit SAS Customer Intelligence 360 stellen wir sicher, dass wir unsere Kunden erreichen, wo immer sich diese gerade befinden, und wir schon im Vorfeld wissen, was sie möchten. Als einer der führenden Analytics-Anbieter ist SAS genau der richtige, um uns dabei zu helfen, das digitale Marketing auf validen Erkenntnissen zu stützen und unsere Online-Ansprache übergreifend zu verbessern."

Aufbauend auf 40 Jahre Analytics-Expertise und wiederholt von Analysten bestätigte Marktführerschaft bei Marketingtechnologie löst SAS Customer Intelligence 360 ein Problem, vor dem viele Marketer heute stehen: eine fragmentierte Sicht auf den Kunden. Die Lösung bündelt Informationen aus den verschiedenen Kanälen und soll die Marketingabteilung der Orlando Magic damit unterstützen, schnell fundierte Entscheidungen zu treffen, um die Bindung zu ihren treuen Fans noch zu stärken.

Ein wichtiges Feature von SAS Customer Intelligence 360 ist die dynamische Sammlung von Daten, die Zeit spart und hilft, ein vollständiges Kundenprofil zu erstellen. Self-Service Analytics erleichtert es Marketer, SAS mit all seinen Vorteilen zu nutzen - für die Erstellung von Basis-Reports ebenso wie für Advanced Analytics.

SAS Customer Intelligence 360 wird über die Cloud als Software-as-a-Service bereitgestellt, neue Funktionen und Module sind für die kommenden Monate geplant.

"SAS Customer Intelligence 360 gibt Online-Marketer die Möglichkeit, Analysen ohne Hilfe eines Data Scientist durchzuführen", erläutert Wilson Raj, Global Director of Customer Intelligence bei SAS. "Mit modernen analytischen Ansätzen wie Machine Learning können Marketingexperten ganz einfach Informationen aus bestehenden sowie neuen Kanälen kombinieren. Somit schaffen sie die Grundlage für Marketingentscheidungen, die wirklich kundenzentriert sind - und das für das gesamte Unternehmen."

circa 2.600 Zeichen

### **Pressekontakt**

Dr. Haffa & Partner GmbH

Frau Anja Klauck  
Karlstraße 42  
80333 München

haffapartner.de  
postbox@haffapartner.de

### **Firmenkontakt**

SAS Institute GmbH

Herr Thomas Maier  
In der Neckarhelle 162  
69118 Heidelberg

sas.de  
thomas.maier@ger.sas.com

SAS ist weltweit Marktführer im Bereich Analytics und mit 3,16 Milliarden US-Dollar Umsatz einer der größten Softwarehersteller. In Deutschland hat SAS im vergangenen Jahr 142 Millionen Euro Umsatz erzielt. Kunden an 80.000 Standorten setzen innovative Analytics-, Business-Intelligence- und Datenmanagement-Software und -Services von SAS ein, um schneller bessere SAS ist weltweit Marktführer im Bereich Analytics und mit 3,16 Milliarden US-Dollar Umsatz einer der größten Softwarehersteller. In Deutschland hat SAS im vergangenen Jahr 142 Millionen Euro Umsatz erzielt. Kunden an 80.000 Standorten setzen innovative Analytics-, Business-Intelligence- und Datenmanagement-Software und -Services von SAS ein, um schneller bessere Geschäftsentscheidungen zu treffen. Seit 1976 verschafft SAS Kunden rund um den Globus THE POWER TO KNOW.

Mit SAS entwickeln Unternehmen Strategien und setzen diese um, messen den eigenen Erfolg, gestalten ihre Kunden- und Lieferantenbeziehungen profitabel, steuern in Echtzeit die gesamte Organisation und erfüllen regulatorische Vorgaben.

Firmensitz der US-amerikanischen Muttergesellschaft ist Cary, North Carolina. SAS Deutschland hat seine Zentrale in Heidelberg und weitere Niederlassungen in Berlin, Frankfurt, Hamburg, Köln und München. Weitere Informationen unter [http://www.sas.com/de\\_de/company-information.html](http://www.sas.com/de_de/company-information.html).

Anlage: Bild

