



## **Analytisches Marketing in Echtzeit: SAS verhilft zu besserer Customer Experience**

*Deutsche Telekom entscheidet sich für SAS Customer Intelligence*

Heidelberg, 17. Oktober 2017 - Customer Experience gibt den Ausschlag: Das Kundenerlebnis wird zum wichtigsten Faktor für die Entscheidung für den "richtigen" Einzelhändler oder Telekommunikationsanbieter. Um die richtigen Trends und die individuellen Vorlieben der Kunden zu entschlüsseln - und damit die optimale Customer Experience zu schaffen -, setzen Unternehmen immer stärker auf Analytics.

Mit weltweit rund 165 Millionen Mobilfunk-Kunden weiß die Deutsche Telekom sehr genau, wie wichtig es ist, Kundenwünsche zu erfüllen oder sogar zu übertreffen. Für den Heimatmarkt Deutschland hat sich das Unternehmen deshalb für den SAS Real-Time Decision Manager und weitere Lösungen aus der SAS Customer Intelligence Suite entschieden.

Marion Hagen, Head of Customer Relationship Management bei der Telekom Deutschland, erklärt dazu: "Der Kunde ist König. In der modernen Telekommunikation bestimmt ausschließlich der Kunde, wann und wo er telefonieren oder komfortabel auf das Internet zugreifen will. Mit Unterstützung der Customer Intelligence Suite von SAS werden wir künftig unseren Kunden automatisiert individuelle Angebote in Echtzeit über alle relevanten Kommunikations-Kanäle bereitstellen können."

"Die langjährige, enge Zusammenarbeit zwischen der Telekom in IT und Fach-Bereich und der Firma SAS bietet die Basis für erfolgreiche Projekte und effektive Ertragssteigerung", erläutert Frank Kühl, Head of MCS BA bei der Telekom Deutschland.

Advanced Analytics von SAS gibt den Marketingbeauftragten der deutschen Telekom die wesentlichen Instrumente an die Hand, um Kunden gezielt Angebote machen zu können. Dass SAS hier herausragende Technologie einsetzt, belegt einmal mehr die aktuelle Einstufung des Unternehmens als "Leader" durch das Analystenhaus Forrester in "The Forrester Wave: Real-Time Interaction Management". Der Report stellt fest, dass SAS Bestnoten in den Kategorien Entscheidungsunterstützung, Predictive- und Echtzeit-Analytics, künstliche Intelligenz und Angebotsoptimierung erreicht.

Darüber hinaus bemerkt Forrester, dass Kundeninteraktion in Echtzeit "nur mit zentralen, intelligenten Entscheidungsinstanzen funktioniert, die Kundendaten, Content und Kanäle integrieren können und dadurch eine interaktive Customer Experience schaffen."

"Gut entwickelte Marken haben den gemeinsamen Erfolgsfaktor, dass der Kunde und seine Wünsche entscheidend sind. Für Marketingverantwortliche geht es vor allem darum, wie Kunden in Echtzeit betreut werden können. SAS hat die Vision, das Marketing mit Customer Intelligence von A bis Z zu optimieren.", erläutert Michele Eggers, Senior Director of Customer Intelligence für SAS.

circa 2.800 Zeichen

### **Pressekontakt**

Dr. Haffa & Partner GmbH

Herr Ingo Weber  
Karlstraße 42  
80333 München

[haffapartner.de](http://haffapartner.de)  
[postbox@haffapartner.de](mailto:postbox@haffapartner.de)

### **Firmenkontakt**

SAS Institute GmbH

Herr Thomas Maier  
In der Neckarhelle 162  
69118 Heidelberg

[sas.de](http://sas.de)  
[thomas.maier@ger.sas.com](mailto:thomas.maier@ger.sas.com)

SAS ist weltweit Marktführer im Bereich Analytics und mit 3,2 Milliarden US-Dollar Umsatz einer der größten Softwarehersteller. In Deutschland hat SAS im vergangenen Jahr 139,7 Millionen Euro Umsatz erzielt. Kunden an mehr als 83.000 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

