INTER Versicherungsgruppe visualisiert Vertriebsdaten mit Analytics von SAS

SAS Visual Analytics und SAS Visual Statistics erleichtern dem Fachbereich die schnelle und einfache Datenauswertung

Heidelberg, 11. Oktober 2018 -- Die INTER Versicherungsgruppe optimiert mit Lösungen von SAS, einem der führenden Analytics-Anbieter, die Analyse ihrer Vertriebsdaten. Der unabhängige Versicherungskonzern, der eine umfassende Produktpalette für Privat- und Gewerbekunden anbietet, setzt auf SAS Visual Analytics und SAS Visual Statistics , um die bisher zeitaufwendige manuelle Erstellung neuer Auswertungen zu vereinfachen. Die Lösungen laufen auf der leistungsstarken Analytics-Plattform SAS Viya, die End-to-End-Funktionalitäten, von Datenaufbereitung und -management bis hin zum Einsatz von Modellen, bietet.

Die vertriebsrelevanten Daten der INTER werden zentral durch deren DV-Abteilung bereitgestellt. Mittels In-Memory-Technologie können Advanced-Analytics-Auswertungen, zum Beispiel in Form von Prognosen, Entscheidungsbäumen oder Regressionen, in Sekundenschnelle durchgeführt werden. Künftig lassen sich somit Zusammenhänge schneller und präziser erkennen. Das Know-how für den Aufbau sowie die Infrastruktur für die analytische SAS Platform in der Azure-Cloud von Microsoft stellt HMS Analytical Software bereit - ein SAS Gold-Partner, der die notwendige Expertise für SAS und Microsoft vereint. Die INTER erhält so eine schnell skalierbare, zukunftsfähige Lösung, die keine internen IT-Ressourcen bindet.

"SAS ebnet uns den Einstieg in die Analytics-Welt", erklärt Verena Hofstetter, Bereichsleiterin Vertriebsmanagement bei der INTER Versicherungsgruppe. "Ein ausschlaggebender Faktor war die einfache Bedienbarkeit, die dem Vertrieb zugutekommt. Mit analytisch fundierten Auswertungen erhalten wir im Vertriebsmanagement schneller Antworten auf unsere strategischen Fragen - und können so im richtigen Moment angemessen agieren. Ein weiterer Vorteil ist, dass wir dank HMS alles aus einer Hand bekommen: Cloud-Infrastruktur, SAS Software und Consulting. Wir haben nun einen verlässlichen Partner bei der Digitalisierung an unserer Seite."

"Versicherer sind gut beraten, sich analytisch aufzustellen, um ihren Vertrieb auf eine solide Basis zu stellen - und die INTER macht vor, wie es geht", ergänzt Kai Fahlenbock, Director Sales Insurance DACH bei SAS. "Unsere Lösungen sind vor allem deshalb gut im Fachbereich einsetzbar, weil sie umfangreiche analytische Funktionalität mit durchgängig grafischer Oberfläche verbinden. Damit sind keine statistischen Vorkenntnisse notwendig, um wertvolle Informationen aus den vorhandenen Daten zu gewinnen."

circa 2.400 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 Marktführer im Bereich Analytics und mit 3,24 Milliarden US-Dollar Umsatz einer der größten Softwarehersteller. Kunden weltweit setzen innovative Software und Services von SAS ein, um Daten in Wissen zu verwandeln und intelligente Geschäftsentscheidungen zu treffen. Seit 1976 verschafft SAS Kunden 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.

Anlage: Bild