Mit dem Kunden Schritt halten: Handel setzt auf Analytics und KI von SAS

Unternehmen wie Hershey oder Office Depot optimieren Planung und Customer Experience mit SAS

Heidelberg, 17. Januar 2019 - Handelsunternehmen und Hersteller von Consumer Packaged Goods (CPG) setzen verstärkt auf künstliche Intelligenz (KI) und Advanced Analytics von SAS, einem der führenden Analytics-Anbieter. Mit den SAS Lösungen sind sie in der Lage, ihre Kunden-, Pricing- und Supply-Chain-Daten für bessere Entscheidungen zu nutzen und so höhere Margen zu erzielen.

Zu den Kunden, die bereits mit SAS arbeiten, gehören unter anderem:

- Office Depot Europe - Office Depot Europe agiert in 14 europäischen Ländern. Mit der renommierten Marke Viking ist das Unternehmen ein führender Anbieter in sechs Produkt-Kategorien:
Büromaterial, Druck- und Dokumentenservices, Papier, Rechner und Drucker sowie Dienstleistungen wie Gebäudemanagement und Büromöbel. Viking vertreibt direkt an mehr als 1,2 Millionen kleine und mittelständische Unternehmen in zehn europäischen Ländern über Online-Shops, Versandhandel oder Callcenter. Zu den wichtigsten Märkten gehören Deutschland, Österreich und die Schweiz sowie Großbritannien.

Der Geschäftsbereich Contract kümmert sich um Verträge für die Belieferung von mehr als 100.000 große Geschäftskunden und Konzerne in den Hauptmärkten Großbritannien, Benelux/Frankreich, Deutschland, Österreich und Schweiz. Das Segment Retail verkauft Produkte unter der starken Office-Depot-Marke an mehr als 600.000 Kunden über mehr als 100 Geschäfte und Online-Shops.

- Ascena - Ascena Retail Group Inc. (NASDAQ: ASNA), ein US-amerikanischer Händler für Damenmode, ist das Mutterunternehmen von Ann Inc., das Ann Taylor, LOFT sowie die Lou & Grey Stores betreibt. Zu Ascena gehören zudem die Label maurices, Justice, dressbarn, Lane Bryant und Catherines. Mit Analytics- und Merchandising-Software von SAS verwaltet und analysiert Ascena Daten für alle seine Ladengeschäfte, Marken und Vertriebskanäle. Omnichannel-Analytics hilft dem Ascena-Team, einen speziell an die lokalen Gegebenheiten angepassten Angebotsmix zu erstellen. Somit steht Kunden immer genau die gewünschte Ware zur Verfügung, und Ladenhüter werden weitestgehend vermieden.

-Belk - Die US-amerikanische Kaufhauskette wurde 1888 gegründet und umfasst heute rund 300 Geschäfte in 16 Bundesstaaten. Analytics und KI von SAS unterstützen das Unternehmen bei der digitalen Transformation und bei der Optimierung seiner Omnichannel-Aktivitäten. Belk nutzt SAS für die Optimierung von Verpackungseinheiten und -größen sowie für lokalisierte Sortimentsplanung. Mit SAS liefert Belk den Kaufhäusern genau die für ihre Klientel passende Menge und Art von Waren, was sich in höherer Kundenzufriedenheit und Profitabilität niederschlägt.

- Hershey Company - The Hershey Company (NYSE: HSY) ist einer der größten Schokoladenhersteller weltweit. Das Unternehmen produziert Süßwaren, Pfefferminzpastillen und Snacks, darunter für die bekannten Marken Hershey's, Reese's, Hershey's Kisses und Jolly Rancher.

"Bei Hunderten von Online- und Offline-Kunden-Touchpoints, die es zu bedienen gilt, sind akkurates Datenmanagement und künstliche Intelligenz ein absolutes Muss für alle Händler", erklärt Dan Mitchell, Global Director of Retail and CPG bei SAS. "Kunden sind immer auf dem Sprung, sie erwarten, dass das gewünschte Produkt sofort verfügbar ist und dass sie zeitnahe Antworten auf ihre Fragen bekommen - nur dann vertrauen sie einer Marke. Die einzige Möglichkeit, mit ihnen Schritt zu halten, ist der Einsatz von Analytics in Echtzeit, um valide Vorhersagen zu künftigen Wünschen des Kunden zu treffen und sich somit seine Treue zu sichern.?

Weitere Informationen, wie SAS Omnichannel-Marketing unterstützt, im Whitepaper The Real-Time Predictive Commerce Playbook for CMOs.

circa 3.700 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