



Maximale Verfügbarkeit bei weniger Food Waste: Carrefour optimiert mit KI von SAS die Supply Chain

Französischer Einzelhandelskonzern optimiert Warenangebot und Lagerhaltung mit künstlicher Intelligenz und SAS Viya

Heidelberg, 23. Januar 2019 - Der Handelskonzern Carrefour hat sich für SAS Viya entschieden, um seine Lieferkette zu optimieren. Diese Maßnahme ist Teil einer globalen Transformation zur Verbesserung der Customer Experience. Als erster französischer Einzelhändler nutzt Carrefour künstliche Intelligenz (KI) über die Plattform eines der führenden Analytics-Anbieter, um Online- und In-Store-Kanäle miteinander zu verknüpfen. Davon erwartet sich das Unternehmen eine optimale Artikelverfügbarkeit und in der Folge eine höhere Kundenzufriedenheit.

Für Omnichannel-Vertrieb und Bestandsoptimierung sammelt und verarbeitet Carrefour mit SAS Viya Prozessdaten aus Ladengeschäften, Lagerhallen und Webshops. Die Auswertung dieser Daten soll Downstream-Forecasting auf der einen und Upstream-Bestellung bei Lieferanten auf der anderen Seite verbessern. So sollen sich Überbestände und Food Waste reduzieren.

Nach einer 18-monatigen Testphase wird SAS Viya mit Unterstützung des SAS Partners Caggemini flächendeckend bei Carrefour ausgerollt, so dass die für Beschaffung und Warennachschubplanung zuständigen Teams flexibler zusammenarbeiten und ihre Prognoseprozesse kontinuierlich verbessern können. SAS Viya gewährleistet dabei Zuverlässigkeit, Sicherheit, Offenheit sowie Flexibilität und sorgt dafür, dass riesige Datenmengen gespeichert und verarbeitet werden können. Gleichzeitig schafft die Plattform die Voraussetzung dafür, dass die Carrefour-Experten an die speziellen Anforderungen des Unternehmens angepasste Algorithmen entwickeln können.

"Die Implementierung von SAS Viya ist ein weiterer Schritt in der Optimierung unserer Lieferkette. Der Einsatz von KI gibt unseren Mitarbeitern mehr Zeit für die Entwicklung differenzierter Forecasting-Strategien - so können wir die Erwartungen unserer Kunden erfüllen und gleichzeitig Überschuss reduzieren", erklärt Franck Noel-Fontana, Forecasting Director bei Carrefour France.

"Es gibt jede Menge Diskussion um KI - aber erst Projekte wie das für Carrefour zeigen, dass die Technologie tatsächlich in der Praxis funktioniert", sagt Oliver Schabenberger, Chief Operating Officer und Chief Technology Officer bei SAS. "Wir sehen erstaunliche Fortschritte: Heute können Algorithmen - mit hoher Genauigkeit - menschliche Aufgaben ausführen."

Weitere Informationen zum Thema gibt das Whitepaper [Assisted Demand Planning Using Machine Learning for CPG and Retail](#).

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

