



## **KI und Advanced Analytics von SAS: Quantensprung für die Planungssicherheit im Einzelhandel**

*Grupo Exito und andere Handelsunternehmen optimieren Customer Experience und Lagerbestandsmanagement mit erweiterter SAS Intelligent Planning Suite*

Heidelberg, 30. Januar 2020 -- SAS, einer der weltweit führenden Anbieter von Lösungen für Analytics und künstliche Intelligenz (KI), hat seine SAS Intelligent Planning Suite um KI-Funktionalitäten und Cloud-Fähigkeit erweitert. Mit den SAS Lösungen sind führende Handelsunternehmen wie Carrefour oder Grupo Exito und Hersteller wie Nestlé in der Lage, Sortimente zu lokalisieren, Bestände zu optimieren, Prognosen zu automatisieren und Gewinne zu maximieren - und sich somit im wettbewerbsintensiven Umfeld zu behaupten.

Die neue Version der Lösungssuite baut auf der leistungsstarken Plattform SAS Viya auf, eine integrierte Umgebung für die Bearbeitung und Exploration großer Datenmengen sowie Advanced Analytics und KI. Die SAS Intelligent Planning Suite hilft Handelsunternehmen und Herstellern von Konsumgütern, eine 360-Grad-Sicht auf ihre Kunden zu gewinnen und Advanced Analytics in zahlreichen Prozessen anzuwenden.

Damit erzielen Unternehmen Vorteile in den folgenden Bereichen:

- Lokalisieren von Sortimenten nach Markt, Region, Standort oder Filiale
- Präzisere Absatzplanung und -vorhersagen
- Optimierte Bestände für hohe Kundenzufriedenheit durch minimale Präsenzlücken
- Effektive Preisgestaltung für ein Höchstmaß an Profitabilität und weniger Restbestände

Anwendungsbeispiel

Nachfrageplanung ist für Grupo Exito, die größte Einzelhandelsgruppe in Südamerika, von zentraler Bedeutung. Sie beeinflusst unterschiedlichste Teile der Wertschöpfungskette - von Vertrieb und Mitarbeiterereinsatz über Herstellung bis hin zu Lagerauffüllung. Mit 2.600 Ladengeschäften und einem erfolgreichen Online-Business hat selbst eine geringfügige Verbesserung der Bestände bereits spürbare positive Auswirkungen auf das Gesamtergebnis. Analytics von SAS ist für die Unternehmensgruppe die Basis, um Bestände zu optimieren, genauere Vorhersagen zu treffen und die Effizienz in der Nachfrageplanung zu erhöhen, wofür Daten nahezu in Echtzeit analysiert werden müssen. Jetzt ist Grupo Exito in der Lage, auch neue Datenbanken flexibel einzubinden - und dank dieser Agilität seine Lieferkette besser zu verwalten.

"Vorher konnten wir keine zukunftsfähigen Prognosen erstellen, sondern nur eine Woche im Voraus planen", sagt Sandra Orrego, Demand Planning Manager bei Grupo Exito. "Mit SAS haben wir jetzt die kommenden 52 Wochen im Blick. So können wir Einkäufe und Bestandsvolumen besser aussteuern, Warenschwund reduzieren und Umsätze steigern - ohne dass signifikante Überbestände produziert werden."

Experteneinschätzungen

Laut der Studie Mastering The Art Of Merchandising In The Technology Age des Marktforschungsunternehmens Retail Systems Research (RSR) ist erst rund die Hälfte aller Einzelhändler mit den Technologien zur Sortiments- und Preisgestaltung zufrieden, die sie gegenwärtig einsetzt. Der Trend geht jedoch bei führenden Unternehmen zu intelligentem und datenbasiertem Decisioning mithilfe von KI und Advanced Analytics. Dadurch schaffen sie die Voraussetzung für höhere Kundenzufriedenheit bei gleichzeitigem Umsatzwachstum. "Die Studie zeigt einen zunehmenden Anspruch der Einzelhändler, ihre Umsatzprognosen und ihre Sortimentsplanung zu verbessern - und das ist eine gute Nachricht für führende Technologieanbieter", erklärt Brian Kilcourse, Managing Partner bei RSR.

"Händler in der ganzen Welt suchen nach innovativen Möglichkeiten, KI für fundierte Geschäftsentscheidungen zu nutzen", erläutert Shiva Kommareddi, Managing Partner bei Core Compete, einem Anbieter von Cloud Analytics Services. "SAS Intelligent Planning baut auf 30 Jahre Erfahrung im Retail Planning und Merchandising sowie in der Nachfrageplanung für Konsumgüter auf. Eine Multi-Cloud-Lösung wie SAS gibt IT-Experten im Einzelhandel dafür agile, innovative Optionen, ohne sie an einen bestimmten Cloud-Anbieter zu binden."

"Cloud-fähige, leistungsstarke Analytics von SAS unterstützt Handelsunternehmen dabei, eine ganzheitliche Sicht auf die Kunden zu schaffen, ohne dass sie dafür eine Armee von Statistikern benötigen", ergänzt Ryan Wehner, Manager Retail bei SAS DACH. "Mit automatisiertem Machine Learning und anderen KI-Technologien, die sich ganz einfach über die Cloud oder on Premise nutzen lassen, hilft Advanced Analytics von SAS, Kunden zu verstehen, die Sortimentsplanung auf ihre Bedürfnisse auszurichten - und das Geschäftsergebnis insgesamt zu verbessern."

circa 4.300 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 mehr als drei 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](http://www.sas.com/de_de/company-information.html).

Anlage: Bild

