



SAS gewinnt 1&1 als Kunden im Bereich Angebotsmanagement

Kürzere Time-to-Market, effizienter Ressourceneinsatz, personalisierte Kundenansprache mit SAS Intelligent Decisioning

Heidelberg, 11. Mai 2021 -- SAS, einer der weltweit führenden Anbieter von Lösungen für Analytics und künstliche Intelligenz (KI), unterstützt 1&1 beim Thema Angebotsmanagement. Mit SAS Intelligent Decisioning auf SAS Viya hat der führende Breitband- und Mobilfunkanbieter eine leistungsfähige Business Rules Engine im Einsatz, mit der er sein komplexes Angebotsmanagement zentral steuern und optimieren kann. Damit profitiert das Unternehmen von einer wesentlich schnelleren Einbindung neuer Produkte in die Regellogiken. Bereits jetzt schaffen die SAS Lösungen ein höheres Maß an Personalisierung und kanalübergreifende Konsistenz in der Kundenansprache - und damit eine noch bessere Customer Experience.

SAS Intelligent Decisioning unterstützt Mitarbeiter in der Kundeninteraktion und ermöglicht es, schnelle, fundierte Entscheidungen auf Basis eines hinterlegten Regelwerks zu treffen - und zwar über sämtliche Kontaktpunkte mit dem Kunden hinweg. SAS Viya fungiert dabei als zentrale offene Analytics-Plattform, die Hunderte von Geschäftsregeln bündelt.

1&1 geht bei der Einführung von SAS Intelligent Decisioning in mehreren Phasen vor. Die erste konzentrierte sich auf die weitere Angebotsoptimierung für DSL-Kunden. Ein zusätzlicher Use Case ist mit der Vermarktung von Highspeed-Paketen für Mobilfunkkunden bereits live gegangen. In Near-Realtime wird der Kunde kontaktiert, wenn sich das monatliche Highspeed-Datenvolumen dem Ende nähert - mit Datenpaketen, die zu seinem bisherigen Nutzungsverhalten bzw. seinem Bedarf passen. Er kann dann unkompliziert über den präferierten Kanal (E-Mail, SMS, App) auf Wunsch Kapazitäten zubuchen. Die Bereitstellung von kundenspezifischen und bedarfsgerechten Angeboten verbessert die Customer Experience - das zeigt sich auch in einer höheren Konversionsrate.

An dem 1&1-Projekt waren neben Consulting-Experten von SAS auch Elanyo und Accenture als weitere kompetente Partner an Bord. In den kommenden Monaten will 1&1 die Angebotsoptimierung sukzessive ausbauen. Die nächste Phase konzentriert sich auf die Entwicklung von Logiken für weitere Mobilfunkangebote. Und zu guter Letzt geht es darum, über konsequentes A-/B-Testing die bestehenden Regelwerke kontinuierlich weiter zu optimieren.

1&1 verfolgt das Ziel, die Bereitstellung kundenindividueller Angebote in Echtzeit weiter zu optimieren. In Verbindung mit Marketingautomatisierung als Teil der SAS Customer Intelligence 360-Suite sieht sich 1&1 gut aufgestellt, dem Kunden mit bedarfsgerechten Services das beste Kundenerlebnis zu ermöglichen.

"Der Telekommunikationssektor ist durch die Digitalisierung - ebenso wie andere Branchen - einem grundlegenden Wandel unterworfen. Anbieter müssen sich darauf gerade angesichts neuer Technologien wie 5G mit einer stetigen Ausweitung ihres Angebots um echte Mehrwertservices einstellen", erklärt Patrick Pongratz, Director Enterprise Sales bei SAS DACH. "Um agil zu bleiben und diese Komplexität beherrschbar zu machen, bedarf es leistungsstarker Analytics - und hier kommt SAS ins Spiel."

Weitere Informationen zum Einsatz der SAS Lösungen bei 1&1 gibt es hier .

circa 3.100 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

https://sas.com/de_de/home.html
thomas.maier@sas.com

SAS ist Marktführer im Bereich Analytics und mit 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, und München. Weitere Informationen unter http://www.sas.com/de_de/company-information.html.

Anlage: Bild

