



Marketingoptimierung in Rekordzeit mit Hochleistungsanalyse von SAS

Aus Milliarden Möglichkeiten die richtige Marketingmaßnahme für den Kunden finden: SAS High-Performance Marketing Optimization verarbeitet komplexeste Anspracheregeln und schafft ein Höchstmaß an Flexibilität bei der Kampagnenplanung

Heidelberg ---- Marketingoptimierung im Zeitalter von Big Data: Die neue Lösung High-Performance Marketing Optimization von SAS, einem der weltgrößten Softwarehersteller, macht die analytische Steuerung von Marketingkampagnen bereit dafür. Marketingverantwortliche können jetzt noch schneller auf veränderte Marktbedingungen und Kundensituationen reagieren. Für die Analyse von Kundendaten arbeitet die Lösung mit der führenden High-Performance Analytics-Technologie von SAS. Damit ist sie in der Lage, auch Kampagnenplanungen mit extrem umfangreichen Regelwerken in kürzester Zeit zu optimieren. Die heutigen Anforderungen an hochpersonalisierte Interaktionen mit Kunden münden in stark individualisierte Kampagnen mit mehreren Millionen möglicher Ansprachevarianten. Diese Komplexität im Zusammenhang mit Kontaktregeln und dem Ziel einer wertorientierten Kundenansprache zu verarbeiten, leistet diese Lösung. SAS High-Performance Marketing Optimization ist die erste Marketinglösung in der High-Performance Analytics-Produktfamilie des Unternehmens. Zu ihr zählen Anwendungen für die hochleistungsfähige Datenanalyse, das Risikomanagement oder die Visualisierung von Big Data, aber auch Anwendungen für spezielle Branchen, beispielsweise dem Handel.

SAS High-Performance Marketing Optimization vereint die extrem schnelle und präzise Analyse umfangreichster Informationen von Kunden- und Marketingdaten mit leistungsfähigen Möglichkeiten zur Szenariobildung. What-if-Analysen beispielsweise lassen sich mit der neuen SAS Lösung in Minuten- oder auch nahezu Sekundenschnelle durchführen - auch bei Millionen von Kundendatensätzen und Hunderten von Kampagnenvarianten. Die komplexen Berechnungen erfolgen nahezu in Echtzeit - mit herkömmlicher Technologie dauert das Stunden, wenn nicht sogar Tage. Marketiers sind damit in der Lage, eine erheblich größere Zahl Szenarien zu simulieren und zu vergleichen, den Einfluss verschiedenster Faktoren auf ihre Kampagnen vorauszusagen und damit die "Treffericherheit" ihrer eigenen Kampagnen signifikant zu erhöhen.

Mit SAS High-Performance Marketing Optimization gewinnen Marketingfachleute zusätzliche Sicherheit für ihre Kampagnenplanung, und sie können schneller auf unerwartete Ereignisse reagieren: Beispielsweise kann ein Unternehmen, das aufgrund einer Produkteinführung oder einer Promotionsaktion eines Wettbewerbers plötzlich Kunden verliert, jetzt schneller und gezielt darauf reagieren. Entscheidungen zum Kundenkontakt können so innerhalb des Planungsmeetings getroffen, deren Wirkung sofort prognostiziert und Anpassungen unmittelbar angewendet und validiert werden.

Ein weiterer Vorteil von SAS High-Performance Marketing Optimization liegt darin, dass das gesamte Kundenpotenzial und nicht nur die Zielgruppen der aktuell geplanten Kampagnen für die Optimierung verwendet werden kann. Unternehmen bekommen so die Sicherheit, auch wirklich repräsentative Analyseergebnisse zu erhalten, und sie können auf dieser Basis ihre ganzheitliche Kampagnenplanung zielgerichtet gestalten.

"Marketiers müssen immer dynamischer auf Marktentwicklungen reagieren, der wechselseitigen Kannibalisierung der Kanäle entgegen und Gewinne im Kanalmix optimieren. Gleichzeitig gilt es viele Einflussfaktoren und Restriktionen zu berücksichtigen", meint Roland Brezina bei SAS Deutschland. "Damit ändern sich die Prozesse und Vorgehensweisen. Das Verständnis, dass sich der Wert von Produkten oder Dienstleistungen dabei immer am Kundennutzen bemisst, spielt eine wichtige Rolle. Dies bedingt ein viel feineres und genaueres Verständnis und eine neue Art der Analytik bis auf die Ebene einzelner Kontaktpunkte zum Kunden, die nicht mehr durch voraggregierte und aufwendig modellierte Regelwerke abzubilden sind. Angesichts dieser hohen Anforderungen und der Dynamik im Markt bringt High Performance Marketing Optimization ein entscheidendes Plus an Schnelligkeit und Flexibilität für die Kampagnenplanung."

circa 3.930 Zeichen

Diesen Text finden Sie auch im Internet unter <http://www.haffapartner.de/publicrelations-presseservice/kunden-haffa/sas/18-12-2012.html>.

Pressekontakt

Dr. Haffa & Partner GmbH

Frau Claudia Wittwer
Burgauerstr. 117
81929 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 mit 2,725 Milliarden US-Dollar Umsatz einer der größten Softwarehersteller der Welt. Im Business-Intelligence-Markt ist der unabhängige Anbieter von Business-Analytics-Software führend. Die SAS Lösungen für eine integrierte Unternehmenssteuerung helfen Unternehmen an weltweit mehr als 60.000 Standorten dabei, aus ihren vielfältigen Geschäftsdaten konkrete Informationen für strategische Entscheidungen zu gewinnen und damit ihre Leistungsfähigkeit zu steigern.

Mit den Softwarelösungen von SAS entwickeln Unternehmen Strategien und setzen diese um, messen den eigenen Erfolg, gestalten ihre Kunden- und Lieferantenbeziehungen profitabel, steuern die gesamte Organisation und erfüllen regulatorische Vorgaben. 96 der Top-100 der Fortune-500-Unternehmen vertrauen auf SAS.

Firmensitz der 1976 gegründeten 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.de>.

Anlage: Bild

