



STATISTICA Data Miner in der Telco-Branche

Die argonauten360° erstellen mit *STATISTICA Data Miner* ein komplettes Tarifmodell für Call-by-Call-Anbieter

Die Ausgangssituation: Als Beratungsunternehmen sind für die argonauten360° Scoring, Clustering und Life-Time-Value-Berechnungen von Kunden das Tagesgeschäft. Die analytischen Anforderungen sind dabei hoch, denn jedes Projekt ihrer Kunden hat andere Facetten. Die bestehende Landschaft an Analysewerkzeugen musste um ein leistungsstarkes und flexibles Data-Mining-Werkzeug erweitert werden. Weiterhin sollte sich ein schneller Return on Investment projektbezogen darstellen lassen.

Die Lösung: *STATISTICA Data Miner* von StatSoft vereint die geforderten Eigenschaften in perfekter Weise. Die Entscheidung fiel deshalb einstimmig, obwohl andere bekannte Anbieter bereits ihre Basiswerkzeuge platziert hatten. Nach nunmehr 12 Monaten Einsatz von *STATISTICA Data Miner* erhielt auch der Service von StatSoft eine Beurteilung aufgrund eigener Erfahrung: Schnell, kompetent, professionell und zielgerichtet, einfach eine angenehme Geschäftsbeziehung.

Ein innovatives Projekt als Beispiel: Der Erfolg der Call-by-Call-Telekommunikationsanbieter hängt davon ab, sich mit attraktiven Gebühren auf den tagesaktuell in den Medien veröffentlichten Ranglisten möglichst weit oben (Platz 1-5) zu bewegen, andererseits aber eine gute Marge zu erzielen. Die Argonauten analysierten die vorhandenen Daten mit *STATISTICA Data Miner* und strafte die Weisheit, dass man Preiselastizitäten in diesem Markt nicht gut prognostizieren könne, lügen. Sie konnten so einen führenden Call-by-Call-Anbieter für sich gewinnen.

Die Analyse: Der Minutentraffic, also der Absatz an verkauften Telefonminuten, wurde anhand der Daten eines Jahres analysiert und modelliert. Für eine optimale Trennschärfe kommen 20 Modellensembles zum Einsatz. Jedes besteht aus mehreren Regressionsfunktionen für langfristige Trends und einer selbstlernenden ARIMA-Komponente. Alle verschiedenen Zeitzonen werden berücksichtigt, davon sind vier Zeitzonen besonders sensibel und stark umkämpft.

„Die Funktionalität von *STATISTICA Data Miner* hat uns sofort überzeugt. Das Preis-/Leistungsverhältnis ist zudem phantastisch. Der pragmatische Service rundet das Bild ab.

Die Partnerschaft mit StatSoft ist angenehm und rundum professionell.“

- Jochen Hahn, Managing Director



Das Ergebnis innerhalb zweier Monate: Bisher kamen heuristische Verfahren von Experten zum Einsatz. Jeweils wöchentlich wird der Absatz für die kommenden zwei Monate prognostiziert. Durch den Einsatz von *STATISTICA Data Miner* konnte die Treffgenauigkeit der Prognosen deutlich gesteigert und die Fehlerrate mehr als halbiert werden. Vor dem Hintergrund des enormen Volumens an Minutentraffic ist dies eine dramatische Größenordnung. Zugleich ist dies ein Proof-of-Concept für Data-Mining, zeigt es doch die Möglichkeiten qualifizierter Analyse auf.

Der Kundennutzen: Der Call-by-Call-Anbieter verfügt jetzt über eine komplette Tarifssimulation, welche ihm die argonauten360° als Knopfdrucklösung zur Verfügung stellen. Er wird in diesem preissensiblen Markt die Bedürfnisse der Telefonierer richtig treffen und sich damit einen deutlichen Wettbewerbsvorteil verschaffen. In einer zweiten Phase wird ein Ampelsystem implementiert, welches einen Vergleich von Prognose und Realität automatisch durchführt. So wird sichergestellt, dass bei Bedarf sofort eine erneute Schätzung der Modellparameter durch die argonauten360° erfolgt. Ohne analytisches Know-how hat der Call-by-Call-Anbieter hier eine verlässliche Implementierung seiner Tarifsimulation geschaffen – genau das, was eigentlich als unmöglich galt. Ein Paradebeispiel für erfolgreiches Data Mining.

Über die argonauten360°: argonauten360° ist die Agentur- und Beratungsgruppe, die Unternehmen beim Aufbau und der Intensivierung erfolgreicher Kundenbeziehungen mittels Relevanz-Marketing® unterstützt. Ergebnis ist die Maximierung der Wertschöpfung durch relevante Dialoge mit relevanten Kunden. argonauten360° nutzen dafür das gesamte Spektrum von Dialog- und Interactivemarketing. Zu den Kunden zählen u. a. BMW, Allianz, Deutsche Bank, Gerling, Coca-Cola.

