

STATISTICA Data Miner bei der Tipp24

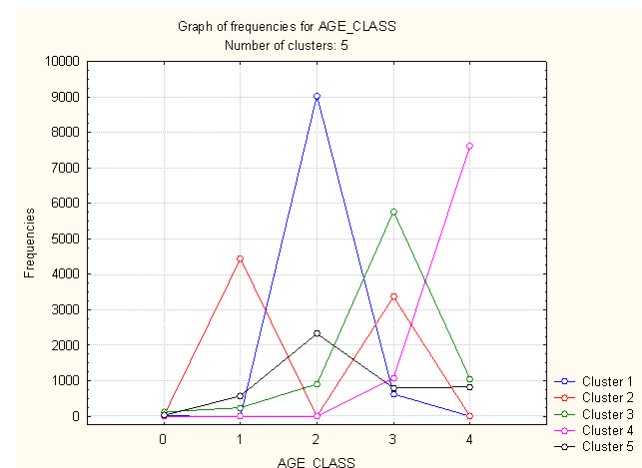
Die Nr. 1 für Lotterieprodukte im Internet in Deutschland* setzt bei Kundenanalyse und Profilierung auf STATISTICA Data Miner

*gemessen an den vermittelten Spieleinsätzen

Hintergrund: Die 1999 gegründete Tipp24 Operating Services Ltd. bietet ihren 1,83 Millionen Kunden fast alle staatlichen Lottoproducte in Deutschland und über Tochtergesellschaften auch in Spanien und Italien an. Um den Service und das Angebot noch näher am Kunden auszurichten, wurde bereits in 2004 deutlich, dass die analytischen Anforderungen langfristig ein geeignetes Data-Mining-Werkzeug erfordern.

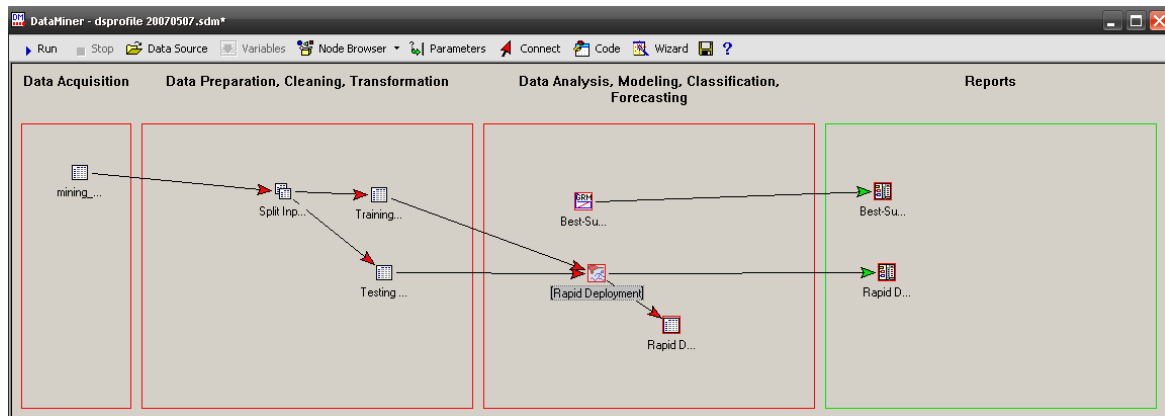
Entscheidung für STATISTICA von StatSoft: Für die Tipp24 Operating Services Ltd. waren Leistungsfähigkeit und Flexibilität bei einem schnellen Return on Investment die Hauptargumente bei der Entscheidung für STATISTICA Data Miner. Gegenüber Produkten anderer Anbieter konnte der Einsatz der Software von StatSoft mit der Weiterentwicklung der Anforderungen wachsen.

Bisherige Erfolge: Bereits kurz nach der Einführung der Software im Jahr 2004 konnte die Tipp24 Operating Services Ltd. mit Hilfe von STATISTICA Data Miner die Einführung einer standardisierten Kundensegmentierung realisieren. Bisher waren Kundengruppen hauptsächlich inhaltlich abgegrenzt. Die Clusteranalyse validierte diese nun und verfeinerte sie zudem. Mit Hilfe dieser und weiterer Detailanalysen konnte das Verständnis über die Kunden der Tipp24 Operating Services Ltd. und ihr Verhalten deutlich erweitert werden, was zu einer gezielten Kundenkommunikation im Dialogmarketing geführt hat. Nicht nur im Bestandskundenbereich, sondern auch im Bereich der Neukundengewinnung konnten die entwickelten Instrumente die Entscheidungsfindung optimieren. So werden z.B. in der Kundensegmentierung die Cluster jetzt in verschiedenen Dimensionen wie Transaktionsvolumen, Aktivitätsrate und Produkttyp betrachtet.



Derzeitige Projekte: Seit dem vergangenen Jahr testet die Tipp24 Operating Services Ltd. im Rahmen von verschiedenen Projekten, inwieweit der Kundenwert und die Nutzung von Profiling zur Bildung von Zielgruppen für den Einsatz im Dialog- und Neukundenmarketing nutzbar und erfolgversprechend sind. Dabei finden vor allem Regressionsmodelle ihren Einsatz, die mit Hilfe von STATISTICA Data Miner modelliert und getestet werden, sich im Anschluss daran aber auch problemlos, d.h. in Form der geschätzten Parameter in das produktive Umfeld des Data Warehouses integrieren lassen.

Die Oberfläche des *STATISTICA Data Miner* überzeugt dabei durch die vollständige Integration aller Modellierungsschritte: Von der Aufbereitung der Basisdaten sowie der Stichprobengenerierung über die Modellentwicklung und dem Test mit einer vorher von der Modellierungsmenge getrennten Stichprobe bis zur Einbettung aller im Entwicklungsprozess produzierten Berichte.



Alle miteinander verbundenen Teilschritte lassen sich mit einem Klick von Beginn an ausführen, selbst bei Änderungen an den Basisdaten, die erst spät im Modellierungsprozess erkannt werden, was die Modellierung für die Mitarbeiter der Tipp24 Operating Services Ltd. erheblich erleichtert.

Bereits anhand der ersten Profilierungsmodelle lassen sich die positiven Auswirkungen bei einem auf zuvor mit *STATISTICA Data Miner* ermittelten Zielgruppen ausgerichteten Dialogmarketing ablesen.

Im Rahmen der laufenden Projekte geht es nun um die Prüfung, ob sich diese statistischen Vorteile durch den Aufbau der mit einer zielgruppenorientierten Kommunikation verbundenen Prozesse in praktische Vorteile umwandeln lassen.

