



SHAPE



BUILD



RUN



TRACK



TEACH



JOIN

ENABLING YOUR DIGITAL FUTURE



inovex

Microsoft Partner

Gold Business Intelligence

Big Data für Retailer

Individualisierte Kundenansprache durch Big Data Analytics

Gemeinsames Lösungsangebot von Microsoft und inovex

Im Online-Handel ist die individualisierte Kundenansprache das A und O. Handelsriese Amazon hat hier den Standard gesetzt, denn er versteht es, digitale Kundendaten intensiv zu nutzen. Inzwischen spüren auch der stationäre und der Multi-Channel-Handel die große Herausforderung der Digitalisierung: alle verfügbaren Daten zu nutzen, um Kunden individuelle Einkaufserlebnisse zu schaffen und dadurch langfristig erfolgreich zu sein.

Personalisierte Angebote überzeugen die Kunden – Big Data macht's möglich

Der Schlüssel liegt in der **Verknüpfung** von traditionellen Offline- mit digitalen Online-Daten und idealerweise externen Informationen sowie der Analyse dieser Daten. Grundlage dafür ist die Einbindung sämtlicher Datenquellen in ein gemeinsames System, das die Verknüpfung und Analyse aller Daten erlaubt. Bestehende IT-Systeme sollen dabei nicht abgelöst werden – Reporting Tools, Data Warehouses und Webtracking bestehen weiter in ihrer bisherigen Form –, sondern durch eine **leistungsstarke Architektur** ergänzt werden. Wenn die unternehmensspezifischen Datenquellen in einer solchen Architektur verfügbar sind, existiert die Grundlage für Analysen typischer Nutzungsszenarien wie Empfehlungen, Kundenklassifikation, Produktwarenkörbe uvm. Mit Hilfe der Ergebnisse entsteht ein 360°-Blick auf den Kunden, der eine **individuelle Ansprache** sowohl im Online- als auch im Offline-Bereich ermöglicht. Die Experten von inovex verstehen unter „Big Data“ nicht nur den Umgang mit **sehr großen** Datenmengen, sondern genauso die Sammlung und Aufbereitung von **verschiedenartigen** Daten (Web, Mobile, TV, Social, interne IT-Systeme etc.) und die **extrem schnelle** Verarbeitung von Daten (z. B. Realtime

Targeting bei Online-Werbung). Wir beschäftigen uns **bereits seit 2009** fundiert mit Big Data und sind einer der ersten IT-Dienstleister in Deutschland, der über **mehrjährige konkrete Projekterfahrung** mit den wichtigsten Big-Data-Technologien verfügt – von der Planung über die Entwicklung bis hin zum **produktiven Betrieb** von Big-Data-Systemen im Data Center. Diese Expertise haben wir beispielsweise für die 1&1 Internet AG, für ProSiebenSat.1 und für Universal Music unter Beweis gestellt. Im Retail-Segment arbeiten Unternehmen wie buch.de, dm-drogerie markt oder K&L Ruppert und große Consumer-Marken wie Dr. Oetker und Ehrmann mit uns zusammen, wenn es um individuelle IT-Lösungen für komplexe Anforderungen geht. Und zu unseren langjährigen Kunden mit Microsoft-Schwerpunkt zählen Firmen wie Daimler, EnBW und Maxdome.

Unser Angebot

Als **Microsoft-Gold-Partner** realisieren wir gemeinsam mit Microsoft individuelle Lösungen für die digitale Marktbearbeitung, die optimal in die gewohnte Arbeitsumgebung der Marketing-Manager, -Controller und -Analysten integriert sind.

Lassen Sie sich von uns in einem gemeinsamen Workshop erklären, mit welchem Setup wir für Sie die ideale, bedarfsgerechte Big-Data-Lösung umsetzen können.

Interessiert?

Dann freuen wir uns auf Ihre Nachricht!
Ihr Ansprechpartner ist Herr Redouan Tollih,
Tel. +49 173 3181-074,
redouan.tollih@inovex.de

Big Data mit Microsoft

Die Grafik zeigt unsere Referenzarchitektur für Big Data mit Microsoft und Hadoop. Die dargestellte Lösung ist in der Lage, unterschiedlichste Datenquellen miteinander zu kombinieren und diese für tiefgehende Analysen zur Verfügung zu stellen.

Beispiel: Auswertung von Kundenkaufverhalten

Der Produktabsatz in den Filialen eines Retailers wird aus den Warenwirtschaftssystemen über klassische Data-Warehousing-Methoden berechnet. Die Verbindung zu den Produktverkäufen des Online-Shops gelingt über die Zeitachse und die Produktstammdaten. Um die **Kaufgründe** herauszufinden, werden die Daten mit zusätzlichen, externen Informationen angereichert. Die **Warenkorbanalyse** der Bon-Daten verschafft Wissen über das Verhalten unterschiedlicher Käufergruppen in den Filialen. Für die Online-Umsätze zeigt die **Clickstream-Analyse** der Website, was den Kunden interessiert hat. Diesen Auswertungen lassen sich **weitere mögliche Einflussfaktoren** hinzufügen. Beispielsweise können Aktivitäten in Social Networks wie Twitter und Facebook das Interesse eines Kunden für ein Produkt geweckt haben. Aus den geographisch zugeordneten Wetter- und Verkehrsdaten der Filialen kann abgeleitet werden, was ihn potenziell vom Einkauf abgehalten hat. Reporting und Analysen erfolgen auf abfrageoptimierten Da-

Kundenempfehlungen (recommendation engine)
Preissensitivität
Produktwarenkörbe
Produktcluster
Klickpfad-Optimierung
Markengesundheit (brand health)
Produkt-Standflächen-Optimierung (shelf placement)



SharePoint / Office 365

Reporting Services

Power Pivot

Power View

Power Map

Power Query

Q&A

Microsoft Data Platform

Data Warehouse

Analysis Services

Integration Services

Parallel Data Warehouse

HDInsight (Hadoop)

Sqoop

HDFS

YARN

Map Reduce

Spark

Hive

HBase



externe Daten

Social Sentiments
globale Nachrichten
Wetterdaten
Geodaten
regionale Nachrichten
Produktnachrichten

Offline-Daten

Kassenverkäufe
Produktkatalog
Filialpläne
CRM
Personalplanung

Online-Daten

Inventar
Server Logdaten
Klickpfade
Webshop-Verkäufe
Sensordaten
Lokationsdaten

Abbildung: Referenzarchitektur für Big Data Analytics mit Microsoft

tenmodellen und werden im Unternehmensportal veröffentlicht.

Auf diese Weise entsteht ein **tiefgreifendes Wissen** über Kunden und ihr Kaufverhalten, das für die strategische und operative Planung wertvolle Ansätze liefert und direkt in **Maßnahmen** zur Neukundengewinnung, Kundenbindung und Rückgewinnung von Kunden einfließen kann.

Impressum

inovex GmbH
Büro Karlsruhe
Ludwig-Erhard-Allee 6
D-76131 Karlsruhe
Tel. 0721 619021 - 0
Fax 0721 619021 - 11
info@inovex.de

