

Verbessertes Targeting steigert Umsätze

Avis Europe hat seine E-Mail-Marketing-Kampagnen durch den Einsatz von IBM SPSS Predictive Analytics Software deutlich verbessert.

Der international tätige Autovermieter hat IBM SPSS Predictive Analytics ausgewählt, um Kundenprofile genauer erstellen und die Daten effektiver segmentieren zu können. Die Software ermöglicht dem Unternehmen das Konzipieren von gezielten und kosteneffizienten E-Mail-Marketing-Kampagnen in Großbritannien, Frankreich, Deutschland, Italien und Spanien.

Durch die Analyse von Kundendaten erhält der Autovermieter neue Einblicke in

die Präferenzen seiner Zielgruppe und kann personalisierte Inhalte bei seinen jährlich 18 Millionen Marketing-E-Mails einsetzen. Durch die Anpassung des Contents an das Klickverhalten und die Vorlieben der Nutzer kann das Unternehmen Interessensgebiete besser deuten, die Kundenbindung stärken und natürlich mehr Gelegenheiten zur Autovermietung ausschöpfen.

Ein besserer Einblick in die Klickhistorie eines Web-Besuchers ermöglicht, die Interessenten genauer in ein-

zelne Segmente zu unterteilen. Ein Beispiel: Männliche Kunden im Alter von 25 bis 35 werden in den Sommermonaten häufiger mit Cabrio-Angeboten versorgt. „Die Fähigkeit, die Aktivitäten unserer Kunden einschätzen zu können, ist ein Schlüsselfaktor für unseren Erfolg. Mit IBM SPSS Predictive Analytics Software können wir diesen Vorteil optimal nutzen“, sagt Chris Parker, Direct Analytics Spezialist bei Avis Europe.

„Viele Unternehmen verlassen sich in Sachen E-Mail-Marketing auf einen ‚One size

fits all‘-Ansatz“, sagt Olaf Scamperle, Geschäftsführer von SPSS Software, einem Tochterunternehmen von IBM, „der Fokus von Avis auf die Kundenanalyse zeigt klar, dass es finanzielle Vorteile bringt, die Aktivitäten gezielt für einzelne Gruppen auszuführen. Das gilt besonders in Zeiten, in denen es auf jeden Cent ankommt.“

SPSS
www.spss.com/de

Winterheller software

Aufnahme in den „magischen Quadranten“

Winterheller software, seit mehr als 20 Jahren tätiger Anbieter von Unternehmensplanungs- und Konsolidierungslösungen für den Mittelstand und Spezialist in den Bereichen Business Intelligence (BI) und Corporate Performance Management (CPM), ist im „Gartner Magic Quadrant for Corporate Performance Management Suites“ vertreten. Gartner, einer der weltweit größten Dienstleister

im Bereich Marktforschung und Analyse zum Thema Informationstechnologie, gibt in seinem „Magischen Quadranten“ eine grafische Übersicht über die relative Position der bedeutendsten Unternehmen eines bestimmten Softwaremarktes.

Gartner definiert Corporate Performance Management (CPM) in seiner Studie als „Prozesse, um Unternehmensperformance zu managen,

wie zum Beispiel Strategieentwicklung, Budgetierung und Forecasting; Methoden, um diese Prozesse zu unterstützen inklusive Balanced Scorecard oder Value Based Management sowie Kennzahlensysteme zur Messung von Performance entlang von strategischen und operativen Zielen.“

Die Berücksichtigung von Winterheller software in der Studie wurde durch den konsequenten Ausbau der Soft-

ware-Palette in den letzten Jahren möglich. Die bekannten Planungs- und Berichtslösungen, wie Professional Planner, wurden um leistungsfähige Lösungen für die legale Konsolidierung oder die kurzfristige Finanzvorschau ergänzt.

Winterheller software
www.winterheller.com

T-Systems

Weltweite Tourismusmarketingdaten per Knopfdruck

Mit derzeit 30 Vertretungen, die insgesamt 40 Märkte bearbeiten, führt die Österreich Werbung weltweit über 1.500 Marketingaktivitäten pro Jahr durch. Die interne Bereitstellung und Analyse von Tourismusmarketingdaten für das Unternehmen ist eine der Kernaufgaben des Kundenma-

agements. T-Systems realisierte im Auftrag der Österreich Werbung ein neues Portal, um Reports und Analysen des Kundenmanagements per Knopfdruck abzurufen. Das Projekt umfasst den kompletten Neuaufbau, von der Datenkonsolidierung bis hin zur Darstellung der aufbereiteten Daten. Mit

der neuen Lösung erstellen die Fachexperten auf Knopfdruck Berichte über Kampagnen und Aktivitäten sowie automatisierte Einladungslisten. Die Webzugriffstatistiken geben Auskunft über die Effizienz der aufgewendeten Budgetmittel. Der bisher sehr zeitaufwändige Jahresbericht aus dem Bereich

Kundenmanagement lässt sich so automatisch generieren. Zudem können die ausgewerteten Daten für ein effektiveres Kampagnenmanagement herangezogen werden.

T-Systems
www.t-systems.at