dunnhumby

Kundenreferenz

dunnhumby erhöht mit Blue Yonder die individuelle Kundenbindung

„Wir von dunnhumby untersuchen ständig neue Daten und Methoden, um zu verstehen, was Kunden wichtig ist, und helfen somit Einzelhändlern, ihre Kunden besser zu bedienen. Beide Teams arbeiteten eng zusammen, um dieses anspruchsvolle Pilotprojekt zu einem Erfolg zu machen. Die erfolgreiche Kooperation legt hoffentlich den Grundstein für eine weitere fruchtbare Zusammenarbeit zwischen dunnhumby und Blue Yonder."

Max Jolly, Global Head of Digital

Die Herausforderung

Ziel des gemeinsamen Projektes von dunnhumby und Blue Yonder war es, das Einkaufserlebnis für den einzelnen Kunden zu einem persönlicheren Erlebnis zu machen. Zu diesem Zweck sollte aus dem umfangreichen Sortiment an Lebensmitteln und anderen Waren einer Einzelhandelskette prognostiziert werden, welche 10 Artikel jeder einzelne Kunde bei seinem nächsten Einkauf am wahrscheinlichsten kaufen wird.

Als besondere Herausforderung sollte die Software zudem nur Artikel prognostizieren, die selten gekauft werden, wie zum Beispiel Waschmittel oder Salzstreuer. Aus diesem Grund wurden alle Waren, die innerhalb von 6 Wochen vor dem Einkauf erworben wurden, von der kundenindividuellen Einkaufsprognose ausgeschlossen.

blue yonder

Forward looking. Forward thinking.

Die Lösung

Die Blue Yonder Predictive Analytics Suite wurde darauf „geschult", das individuelle Einkaufsverhalten und die Vorlieben von rund 100.000 treuen Kunden aus einer dreijährigen Einkaufshistorie herauszulesen. Als Datenbasis wurden die Informationen aus dem Kundenbindungsprogramm des Unternehmens zur Verfügung gestellt.

Die Ergebnisse

Die treffsichere Prognose, welche zehn Artikel beim nächsten Einkauf höchstwahrscheinlich im Einkaufswagen landen, lieferte dunnhumby wertvolles Wissen, das sinnvoll genutzt werden kann, um Kunden im Einzelhandel gezielter und individueller zu bedienen. Denn das Einkaufserlebnis für den Kunden persönlicher zu gestalten, um ihn dadurch besser zu binden und sein Einkaufsvolumen zu erhöhen, ist heute ein Hauptziel jeder Einzelhandelskette. Mit der Information über das Verhalten des Kunden bei seinem nächsten Einkauf können Werbeaktionen und individuelle Kampagnen viel wirkungsvoller geplant werden: Zieht man in Betracht, dass Konsumenten heute auf den Displays ihrer mobilen Endgeräte nur wenige Produktempfehlungen bewusst ansehen, so erhöht die genaue Zielgruppenansprache die Wahrscheinlichkeit, die Erwartungen des Kunden zu treffen.

Über dunnhumby

dunnhumby ist ein Tochterunternehmen des britischen Einzelhandelskonzerns Tesco. Der Einzelhandelsriese Tesco beschäftigt mehr als eine halbe Million Menschen in 14 Ländern. dunnhumby unterhält 30 Niederlassungen in Europa, Asien, den USA sowie Süd- und Zentralamerika. Das Unternehmen ist führend in der Individualisierung von Einkaufserlebnissen im Einzelhandel und bei Markenprodukten weltweit. dunnhumby analysiert die Daten von mehr als 350 Millionen Menschen in 25 Ländern für eine Reihe namhafter Unternehmen, darunter Tesco, Casino, The Kroger Co., Procter & Gamble, Shell, Coca-Cola und Mars.

Wollen auch Sie Ihre Bedarfsplanung optimieren? Sprechen Sie mit uns!
Dunja Riehemann
Tel: +49 (0)721 383 117 36
E-Mail: dunja.riehemann@blue-yonder.com

Die Software für Datenanalyse und präzise Prognosen

Über Blue Yonder

Blue Yonder gehört zu den führenden Anbietern im Bereich Prognosen und Mustererkennung von Daten – kurz Predictive Analytics. Damit lassen sich aus Big Data wertvolle Erkenntnisse für die Unternehmenssteuerung gewinnen. Präzise Trends und Entwicklungen können in Echtzeit und cloudbasiert prognostiziert werden. Unternehmen setzen die Blue Yonder Lösungen erfolgreich in Beschaffung, Marketing, Disposition, Vertrieb und in der Fertigungssteuerung ein.

Blue Yonder GmbH & Co. KG
Karlsruher Straße 88
D-76139 Karlsruhe

Fon +49 (0)721 383 117 0
Fax +49 (0)721 383 117 69

info@blue-yonder.com
www.blue-yonder.com