

Wie Cross-Selling Kampagnen durch modernste Technologie unterstützt werden

INFORMA Unternehmensberatung GmbH
Pforzheim, Wiesbaden, Wien, Zürich

Düsseldorf, den 24. September 2002

Dr. Paul Triggs

Überblick

- Firmenvorstellung
- Die Entwicklung der Analysetechnologie
- Die neueste Entwicklung: „Strategy Science“
- Umsetzungsbeispiele, Deutschland und International

INFORMA Unternehmensberatung - Kurzportrait

InFoScore Management AG

“Beauskunftung und Inkasso”
900 Mitarbeiter, 5 Länder

Fair, Isaac & Co.

“Risikomanagement und Entscheidungssysteme”
1.600 Mitarbeiter, 60 Länder



Schober Information Group

“Erfolg durch Information”
500 Mitarbeiter, 12 Länder

Unternehmensentwicklung:

- 1.09.1996: Gründung, Sitz in Pforzheim
- 1.01.1999: Integration Fair, Isaac-Versicherungssparte, Wiesbaden
- 1.03.1999: Gründung INFORMA Österreich, Wien
- 1.02.2000: Gründung INFORMA Schweiz, Zürich

Deutliche Erweiterung des Leistungsspektrums



Kern-technologien

- Scoring
- Strategieoptimierung
- Entscheidungs-Tools
- Datenmanagement

- Neuronale Netze
- Kontextvektoren
- Regelbasierte Expertensysteme
- Muster- und Profilerkennung

Schlüsselanwendungen

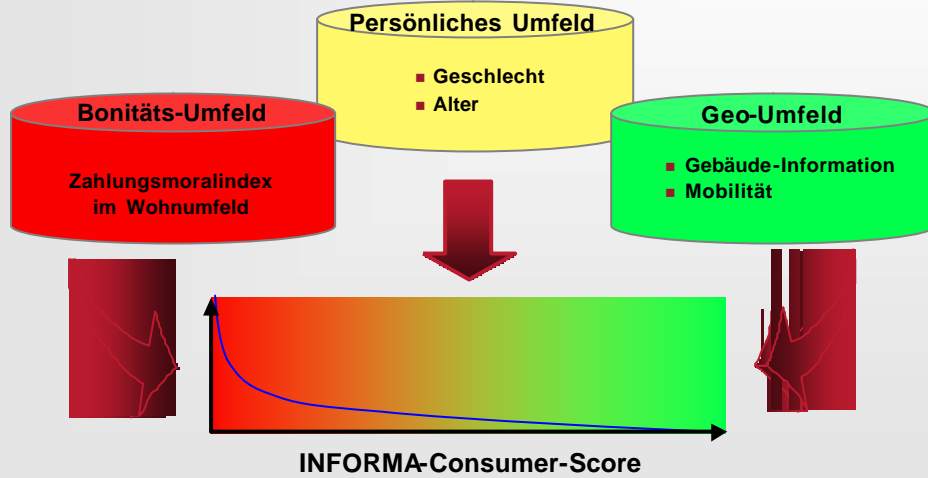
- Kredit-Risiko
- Versicherungs-Risiko
- Kontenmanagement
- Direktmarketing / CRM

- Betrugsvermeidung
- Schadenmanagement / Underwriting
- Bekämpfung von Geldwäsche

INFORMA-Consumer-Score



Der INFORMA-Consumer-Score, der deutsche FICO-Score, als Ergänzung der Bonitätsauskunft zur Risiko- und Potentialprognose

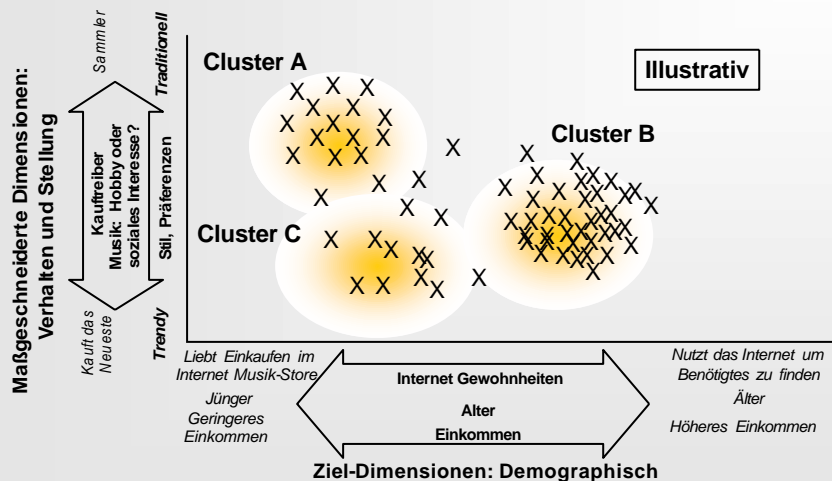


Überblick



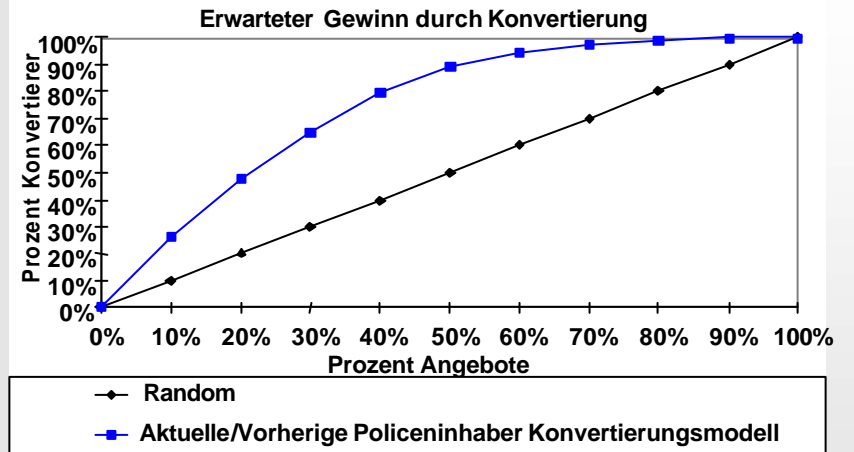
- Firmenvorstellung
- Die Entwicklung der Analysetechnologie
- Die neueste Entwicklung: „Strategy Science“
- Umsetzungsbeispiele, Deutschland und International

Die Entwicklung der Analysetechnologie (1) Profilierung und Segmentierung



Kundenprofile und Segmente werden zur Produktplanung und Strategiefindung im Marketing benutzt. Beispiel: Clusteranalyse

Die Entwicklung der Analysetechnologie (2) Prognosen oder "Scores"

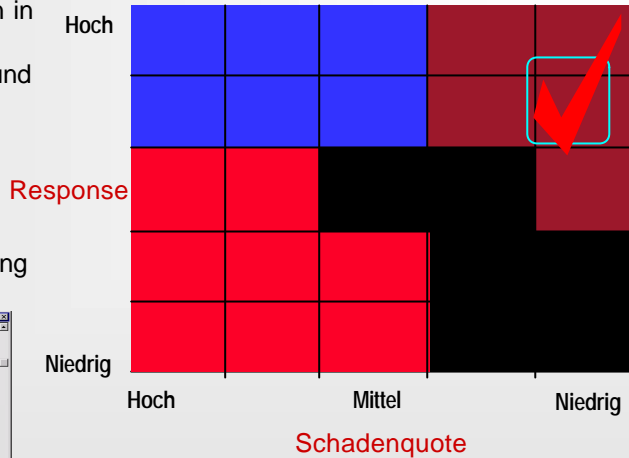
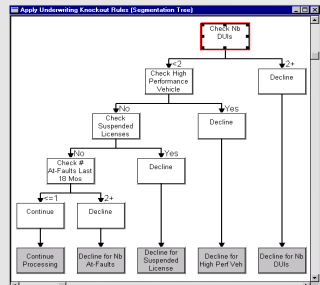


- Einzelne Scores zur z.B. Schadenquoteprognose, Responseprognose
- Beispiel: Logistische Regression

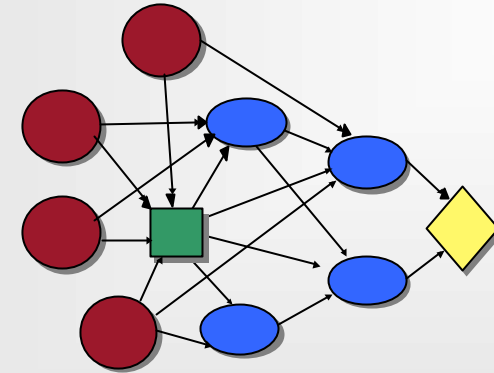
Die Entwicklung der Analysetechnologie (3) Multi-Dim. Matrizen (zwei oder mehr Scores)

2 oder 3 Prognosen werden in einer Matrix verbunden, z.B. Schadenquote-Score und Response Score

Entscheidungs-Tools unterstützen die Bewertung der Kunden und die Zuteilung der Aktionen

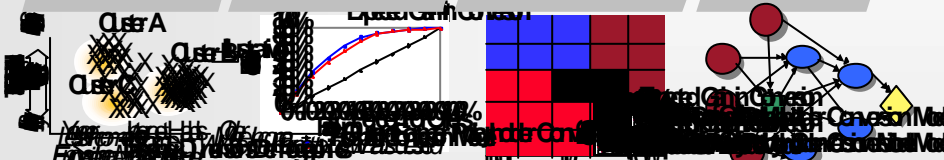
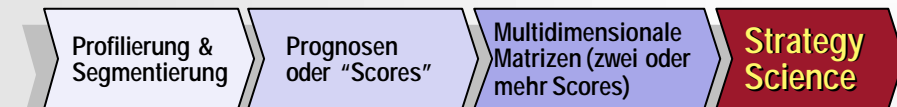


Die Entwicklung der Analysetechnologie (4) Strategy Science



Sämtliche induktiven Modelle werden in einem Bayeschen Netzwerk verbunden. Das Entscheidungsmodell bestimmt durch Optimierung die beste Aktion.

Die Entwicklung der Analysetechnologie



Nutzen

- Kundenprofile und Segmente werden zur Produktplanung und Strategiefindung im Marketing benutzt. Beispiel: Clusteranalyse
- Einzelne Scores zur Insolvenz- oder Risikoprognose, Responseprognose
- Beispiel: Logistische Regression
- 2 oder 3 Prognosen werden in einer Matrix verbunden, z.B. Schadenquote-Score und Response Score
- Sämtliche induktiven Modelle werden in einem Bayeschen Netzwerk verbunden
- Das Entscheidungsmodell determiniert durch Optimierung die beste Aktion

Gewinnsteigerung

0-10%

10-30%

5-20%

5-35%

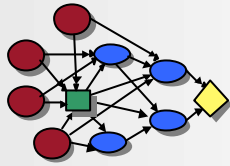
... Analysen über die einfache Scoreberechnung hinaus zur Zuordnung der Entscheidung

Überblick

- Firmenvorstellung
- Die Entwicklung der Analysetechnologie
- **Die neueste Entwicklung: „Strategy Science“**
- Umsetzungsbeispiele, Deutschland und International

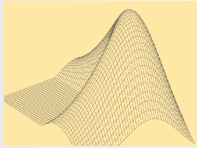
Was ist Strategy Science?

Entscheidungsmodell



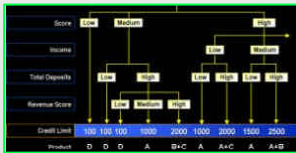
- Simuliert die realen Interdependenzen unter Nutzung von Pool- und/oder Kundendaten

Optimierungssoftware



- Identifiziert die gewinnmaximierende Strategie unter Berücksichtigung der Geschäftszwänge

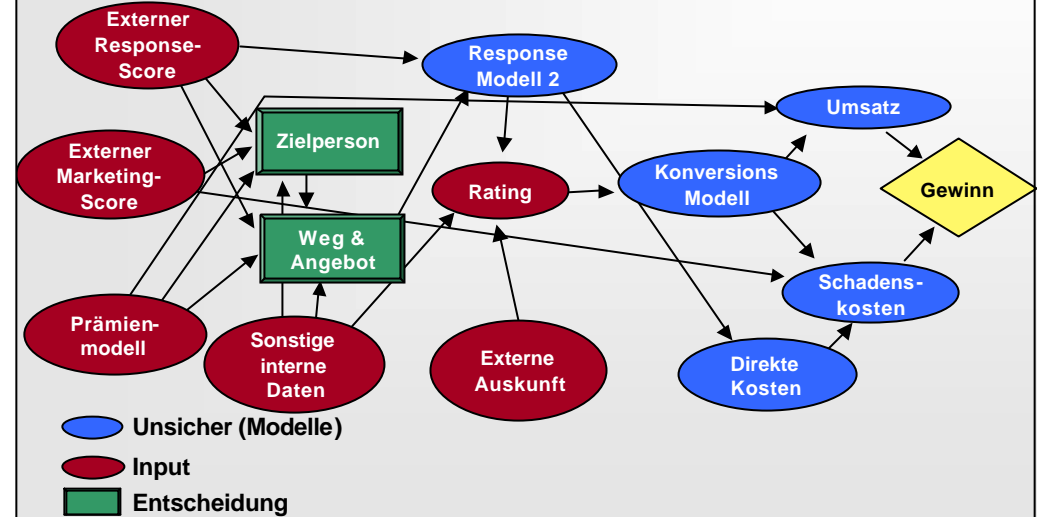
Strategiegenerierung



- Erstellt Entscheidungsbäume für optimale Aktionen zum Erreichen der einheitlichen Unternehmensziele

Entscheidungsmodell Beispiel: Cross-Selling Sachversicherung

Selektion Aktion Konversion Ergebnis



Nebenbedingungen für die Optimierung werden festgelegt

Z.B. *Geschäftsziel: Gewinnmaximierung*

Andere Ziele und Leitlinien

- K: Mindestrücklaufquote
- K: Maximale Schadenquote
- K: Maximale Exposure
- K: Maximale Komplexität

Kampagne

- S: Anteil je Kundensegment
- S: Maximales Volumen pro Agentur

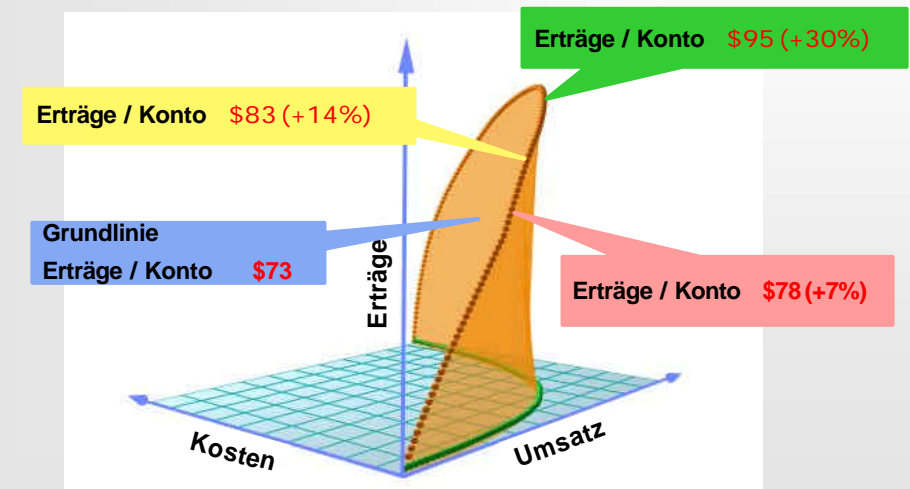
Segment

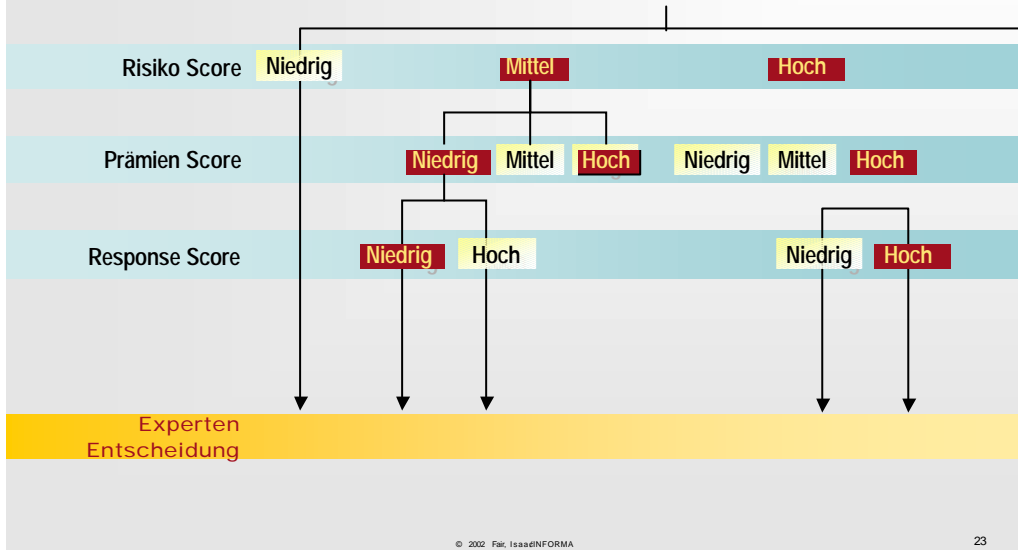
- P: Mindestprämie
- P: Mindeste Risiko-Qualität (Score)

Zielkunde

Was macht Strategy Science?

Es simuliert viele Szenarien und ermöglicht Ihnen, sich das attraktivste auszusuchen.

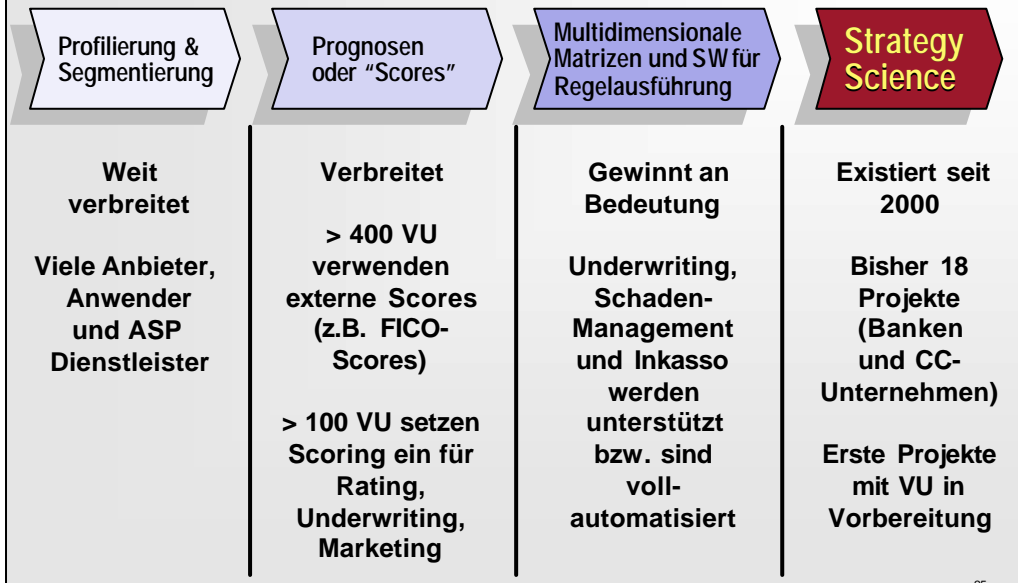




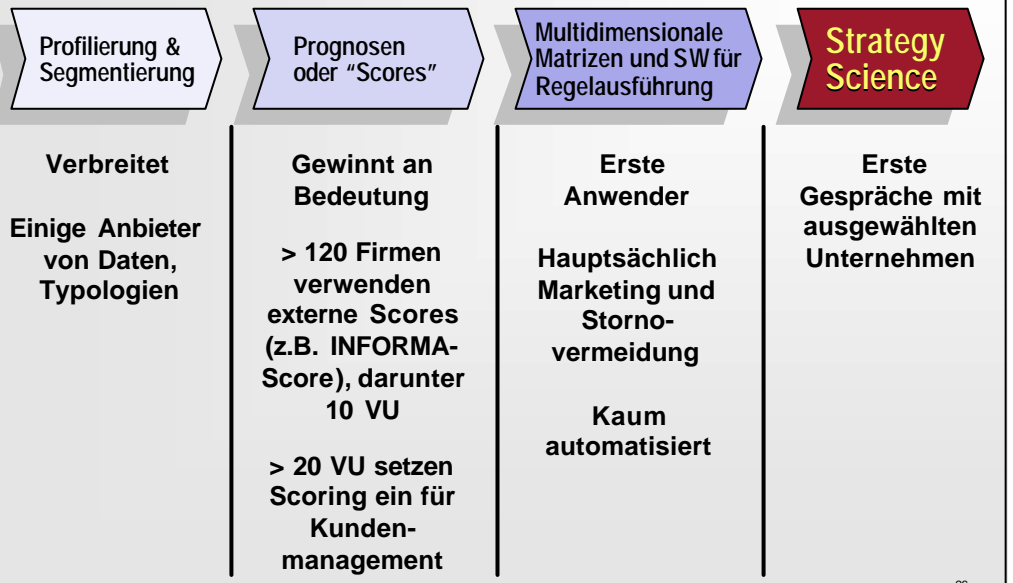
Überblick

- Firmenvorstellung
 - Die Entwicklung der Analysetechnologie
 - Die neueste Entwicklung „Strategy Science“
 - Umsetzungsbeispiele, Deutschland und International
- © 2002 Fair Isaac/INFORMA 24

Anwendungsbeispiele Analysetechnologie 1) USA



Anwendungsbeispiele Analysetechnologie 2) Deutschland



Fragen?

INFORMA Unternehmensberatung GmbH
Freiburger Straße 7
D-75179 Pforzheim
Telefon: 0 72 31 / 13 66-0

Berliner Straße 207-211
D-65205 Wiesbaden
Telefon: 06 11 / 97 85-0

<http://www.informa.de>
info@informa.de