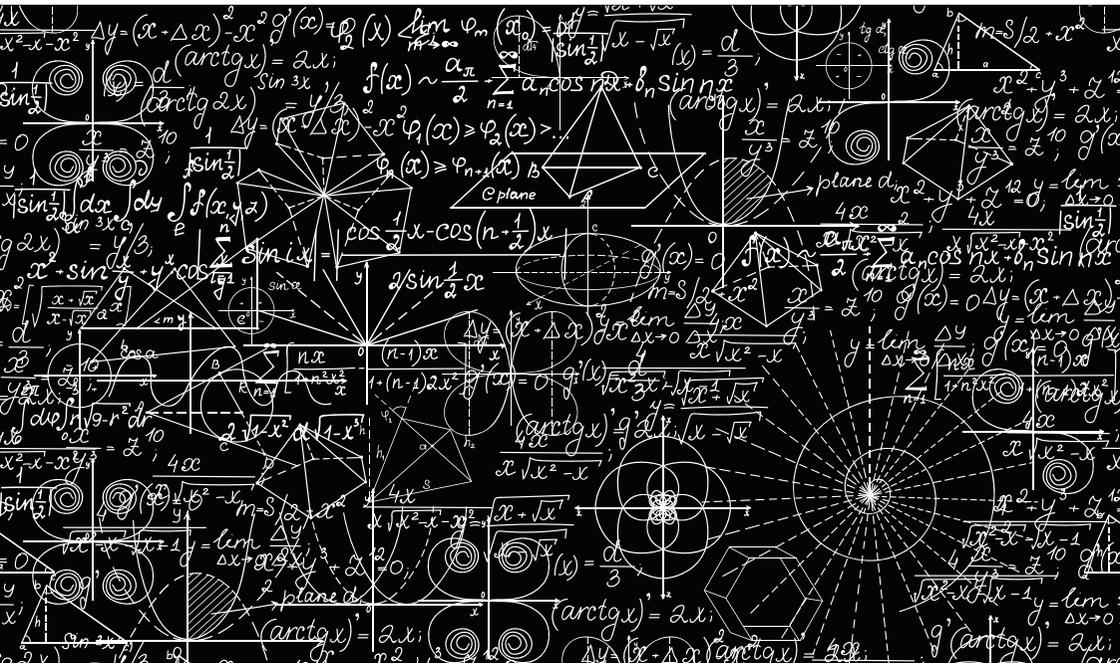


OCIDA

OPTIMIZING ONLINE CUSTOMER INTERACTION BY ADVANCED DATA ANALYTICS

01.04.2016 – 31.03.2018



+ PROJEKTZIELE

Das Projekt OCIDA hat die Zielsetzung, durch effiziente Auswertung von individuellen Kundendaten aus dem E-Commerce die Abwanderung von Kunden (Churn) durch optimale Strategien zu reduzieren, um den Profit zu maximieren. Dabei sollen Methoden des analytischen Marketings, der mathematischen Modellierung und Optimierung aus dem Revenue Management und Pricing sowie geeignete Prognoseverfahren Anwendung finden.

Ausgehend von einem neuartigen Attribution-Modell soll die Effektivität der Kampagnen zur Churn-Reduzierung und der Return of Investment (ROI) durch möglichst optimalen Budgeteinsatz maximiert werden. Basierend auf zu bildenden Kundensegmenten werden die Churn-Wahrscheinlichkeiten geschätzt und die Effekte vielversprechender Strategien bewertet und optimiert.

Ziele des Projekts sind

- die Abwanderungswahrscheinlichkeit von Kunden (Churn-Rate) besser zu schätzen,
- effektive Strategien zu entwickeln und zu bewerten, die eine Kundenabwanderung verhindern bzw. signifikant verringern,
- genauere Modelle zu entwickeln, die eine gemeinsame Betrachtung der Grenzfunktionen der Nachfrage und der Effekte der Preis- und Angebotssteuerung ermöglichen.

+ ARBEITSSCHRITTE

Die methodische Vorgehensweise erfolgt in den folgenden Schritten:

- Allgemeine Analyse der zur Verfügung stehenden Daten mittels statistischer Verfahren unter Anwendung von »Big Data«-Analyse-Tools
- Kohortenanalysen, Kundenclustering und Churn-Schätzung
- Erweiterung eines vorhandenen Attribution-Modells zur Bewertung der Online-Marketing-Effekte von Kampagnen
- Anpassung und Erweiterung des Optimierungsansatzes
- Modellierung des Abwanderungsverhaltens von Kunden sowie der Kampagnenreaktionen
- Messung und erste Bewertung von Pricing und Angebotseffekten
- Berücksichtigung der Angebotsseite im CRM



+ ERWARTETE ERGEBNISSE

Als Ergebnisse des Projekts sind geplant:

- Ein erweitertes Attribution-Modell zur Auswertung von Kundendaten: Ausgehend von diesem Modell sollen anhand der Daten Erweiterungen erarbeitet werden, die die benötigten Datenanalysen und die darauf basierenden Berechnungen effizient ermöglichen.
- Ein Verfahren zur Bestimmung von Kundensegmenten für Marketing-Kampagnen und Analysen basierend auf dem Attribution-Modell
- Eine Bewertungs- und Schätzmethode der Abwanderungswahrscheinlichkeit von Kunden aus den jeweiligen Segmenten
- Ein verbesserter/erweiterter Optimierungsansatz zur Profitmaximierung sowie dessen Umsetzung in eine prototypische Implementierung des Optimierungsverfahrens

+ GEPLANTE TAGUNGEN UND KONFERENZEN

Konferenzen und Workshops der GOR und der INFORMS im Bereich Revenue Management und Analytics:

- Workshops der GOR-Arbeitsgruppen Revenue Management und Pricing und Analytics, 2017 und 2018
- INFORMS Conference on Business Analytics & Operations Research, Las Vegas, April 2017
- INFORMS Revenue Management & Pricing Conference, Amsterdam, Juni 2017
- Jahrestagung der GOR, Berlin, September 2017

+ PROJEKT KONTAKT

Prof. Dr. Nicola Winter
030 30877 – 2448
nicola.winter@hwr-berlin.de

Prof. Dr. Thomas Winter
030 4504 – 5282
thomas.winter@beuth-hochschule.de

Prof. Dr. Patrick Erdelt
030 4504 – 2977
patrick.erdelt@beuth-hochschule.de

Dr. Bernhard Luther
030 30877 – 2454
bernhard.luther@hwr-berlin.de

Henning Nobmann
030 4504 – 5463
henning.nobmann@
beuth-hochschule.de

+ PROJEKTWEBSITE
www.ifaf-berlin.de/projekte/ocida

+ PRAXISPARTNER
Haensel AMS GmbH
www.haensel-ams.com

Phizzard GmbH
www.phizzard.com

Fotos: belkaef25 / Adobe Stock (Seite 1); Rawpixel.com / Adobe Stock (Seite 3)

+ IFAF KONTAKT

Institut für angewandte
Forschung Berlin e.V.
030 4504 – 4010
info@ifaf-berlin.de
www.ifaf-berlin.de

VERBUNDPARTNER



Hochschule für
Wirtschaft und Recht Berlin
Berlin School of Economics and Law



BEUTH HOCHSCHULE
FÜR TECHNIK
BERLIN
University of Applied Sciences

PRAXISPARTNER

Haensel  AMS
Advanced Mathematical Solutions

PHIZZARD

GEFÖRDERT DURCH

Senatsverwaltung
für Wirtschaft, Technologie
und Forschung

