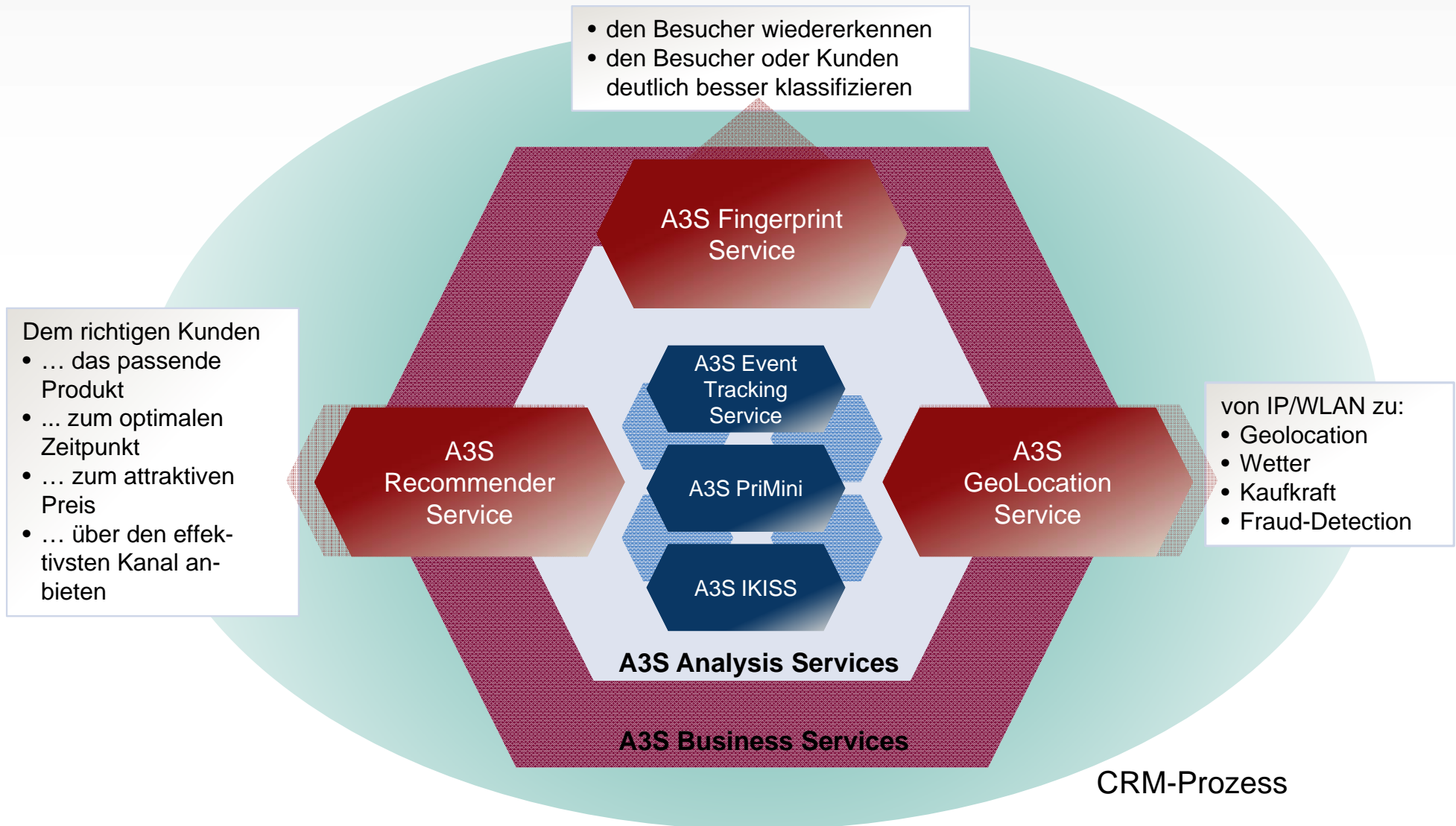




# Conspicaris A3S-Bausteine für ganzheitliche CRM -Optimierung





## A3S Recommendation Service

- generiert Produktempfehlungen
  - ... durch Analyse der Online-Interaktionsdaten (Collaborative Filtering)
  - ... durch Auswertung der Produkt-/Kunden-/Technikdaten (Content-based Filtering)
- bietet dynamische Produktfilter:
  - erlauben die Anpassung der Empfehlungen mit Hilfe von Business-Rules
  - Filtersätze sind interaktiv konfigurierbar
  - Online-Filter erlauben die Einbeziehung von Klickstream-Analyse (ETS) in Produktfilter während der Session
- die Technologie dahinter:
  - Kombination von State-Of-The-Art Verfahren für das Collaborative Filtering
  - nutzt verteilte, hochskalierbare Architektur (Tests mit 100 Mio. Transaktionen),
  - kann um die Dimensionen „Preis“, „Zeitpunkt“ und „Kanal“ leicht erweitert werden,
  - nutzt Vorberechnungskomponenten (Empfehlungen, Filter, -indexes) für minimale Antwortzeiten,
  - ist mandantenfähig!

## A3S Fingerprint Services

- kann Besucher wiedererkennen (ohne Cookies!)
  - Wann und wie oft war der „anonyme“ Besucher bereits auf der Seite?
  - Ist der Benutzer bereits mit einer bestimmten Markierung (Tag) versehen?
    - Ist z.B. die Annahme „er ist Premiumkunde“ zu 100% exakt?
  - Benutzt derselbe Besucher/Kunde mehrere Identitäten? (Fraud Detection)
- kann Besucher / Kunden klassifizieren
  - gehört ein neuer Besucher einer attraktiven Zielgruppe an?
    - z.B. „der Besucher wird mit 87% Wahrscheinlichkeit in Zukunft Premiumkunde sein“
  - Welche Zahlungsarten sollte ich einem Neukunden anbieten? (Vermeidung von Ausfällen)
- die Technologie dahinter:
  - erfasst den „technischen Fingerabdruck“ des Rechners von Besuchern eines Webportals
  - nutzt JavaScript-Technologie (Flash nicht notwendig!)
  - analysiert empirisch, welche technischen Merkmale Aussagen über die Zugehörigkeit des Besuchers zu einer bestimmten Benutzergruppe erlauben.

## A3S Geolocation Service

- liefert Geolocation-Daten zu einer IP und der WLAN-Umgebung
  - integriert Datenservices und -bestände freier und kommerzieller Anbieter
  - liefert verbesserte Datenqualität gegenüber der Datenqualität eines Einzelanbieters
- liefert Geo-Attribute auf unterschiedlicher Auflösung:
  - Stadt, Straße, Bundesland, Land, ...
- bietet damit einen Einstieg in die Vernetzung mit weiteren Geodaten
  - soziodemografische Daten, regionale Kaufkraftunterschiede, ...
  - Mietspiegel, Wahlverhalten, Wetterinformationen, ...
- die Technologie dahinter:
  - integriert auch Geolocation-Datenbestände lokal, für minimale Antwortzeiten
  - ist leicht um neue Geolocation-Anbieter erweiterbar
  - ist als Web-Service oder direkt per API integrierbar



## A3S Event Tracking Service

- analysiert Klickstream in E-Commerce- und CMS-Plattformen
- bietet dazu leistungsfähige Sensorkomponenten:
  - vielfältige Event-Arten für die Analyse von Angebotsstrecke und Conversion-Trichter
  - exaktes Tracking von Impressions, Verweildauern, CTRs, CRs, ...
  - selektiver Export von Daten für das Reporting und die statistische Analyse möglich
- stellt Daten für den A3S Recommender Service bereit
  - Klickstreamdaten reichern die Interaktionsdaten eines Besuchers an. Statt nur „Produkt wurde gekauft“, weiß ETS mehr: Besucher hat sich Produktdetails angesehen, ein Produkt in den Warenkorb gelegt, ist welcher Produktempfehlung gefolgt, ...
- diese Daten fließen direkt in die Verbesserung von Empfehlungen und in Online-Produktfilter ein:
  - einfaches Beispiel: keine Produkte mehr empfehlen, die der Benutzer aktuell im Warenkorb hat oder aus ihm entfernt hat; oder deren Empfehlung er fortwährend ignoriert, usw.
- leichte Integrierbarkeit mit Hilfe von Plugins
  - Module für Magento und Drupal verfügbar

## A3S IKISS

- erarbeitet Konzepte für den „Intelligenten Kundeninteraktionsserver“:
  - erweitert A3S Recommender Service um die Dimensionen „Zeit“ und „Kanal“
- bezieht mehrere Dimensionen von Kontextinformationen gleichzeitig in CRM-Entscheidungen ein:
  - welchen Einfluss haben Tageszeit, Saison, .. auf Produktkäufe?
  - entwickelt Verfahren für die multidimensionale Datenanalyse (Tensorfaktorisierung)
- wendet Data-Mining-Prozesse gezielt auf ausgewählte CRM-Use-Cases an (z.B. Kündigungsprävention, Kampagnenoptimierung)

## A3S PriMini

- **führt Preisexperimente durch**
  - A/B-Tests: Welcher Preis führt zu einem höheren Deckungsbeitrag?
  - Tests zur Selbstselektion/ Mindermengenaufschläge:
    - Wie viel ist der Kunde bereit für eine Preis-Mengenkombination zu bezahlen?
    - Welche Preis-Mengenkombination wird von den Kunden bevorzugt?
  - Tests für individuelle Preisgestaltung in Abhängigkeit von Kundenmerkmalen
  - Gutschein/ Rabattaktionen, Versandkostenfreiheit, Streichpreise
  - Ableiten der Preis-Absatzfunktion
- **bietet Ansätze zur Konkurrenzanalyse**
  - welches Sortiment bieten Wettbewerber an?
  - welche Preise verlangen sie für ihre Produkte?
  - zeitnahe Erfassung von Angebotsänderungen.
- **untersucht die Wirksamkeit von Preissetzungsverfahren**
  - Dynamic Pricing/ Yield Management
  - erweitert A3S Recommender Service um die Dimension „Preis“





Conspicaris GmbH  
Dr. Matthias Leonhardt  
Leutragraben I  
07743 Jena  
Mob.: +49(0)177-4423847  
E-Mail: [ml@conspicaris.com](mailto:ml@conspicaris.com)  
[www.conspicaris.com](http://www.conspicaris.com)



Prof. Dr.-Ing. Andreas Ittner  
Hochschule Mittweida (FH)  
Technikumplatz 17  
09648 Mittweida  
Tel.: +49(0)3727-58-1288  
Mob.: +49(0)177-5555-347  
E-Mail: [ittner@hs-mittweida.de](mailto:ittner@hs-mittweida.de)  
[www.andreas-ittner.de](http://www.andreas-ittner.de)