

Mehr Kampagneneffizienz im Marketing durch neue Möglichkeiten in der Verhaltensmodellierung

Windsor/ München, 02. November 2011 - [Pitney Bowes Business Insight](#) (PBBI), ein führender Anbieter von Softwarelösungen und Dienstleistungen in den Bereichen Location Intelligence, Datenmanagement, Customer Analytics sowie Customer Communication Management (CCM), verzeichnet eine immer stärkere Nachfrage nach seiner Portrait Uplift-Lösung. Sie ermöglicht es Marketingfachleuten, ihre Kunden zielgenau zu selektieren und den Return-on-Investment (ROI) ihrer Kampagnen zu steigern. Portrait Uplift geht weit über klassische Modellierungsansätze hinaus. Während diese lediglich kaufwillige Kunden identifizieren, prognostiziert Uplift wie ein Kunde auf eine bestimmte Marketingmaßnahme reagieren wird. Das Uplift-Modell wird im Kundenbeziehungsmanagement (CRM) sowie für Up- und Cross-Selling-Maßnahmen und als Modell zur Kundenbindung angewendet.

Unternehmen aller Art haben ein starkes Interesse daran, bereits vor dem Start einer Marketingkampagne zu wissen, ob und wenn ja welche ihrer Kunden voraussichtlich positiv auf eine Marketingkampagne ansprechen. Dieses Wissen über ihre Kunden erspart den Unternehmen Mehrausgaben durch nicht erfolversprechende Adressaten und verhindert mögliche Kundenverluste durch Adressaten, welche negativ auf die Kampagne reagieren. Marketingteams sind in der Lage, die Auswirkung einer Marketingaktion dediziert zu betrachten, deren Wirksamkeit bereits im Vorfeld zu beurteilen und gegebenenfalls Verbesserungen vorzunehmen. Leistungsfähige Customer Communication Management (CCM)-Lösungen ermöglichen ihnen somit den Aufbau, den Einsatz sowie die Verwaltung einer kanalübergreifenden Kommunikation, welche die Kundenzufriedenheit erhöht, die betriebliche Effizienz steigert und die Kosten senkt.

Gareth Herschel, Research Director bei Gartner, bestätigt: „Die Uplift-Analyse sollte von jedem Unternehmen mit ausgeprägtem Kampagnenmanagement unbedingt in Erwägung gezogen werden“ (s. „Predictive Modeling Now more than Ever“, Gartner Customer 360, März 2011).

„Einen Kunden mit einer Marketingkampagne darüber zu informieren, dass sein Handyvertrag bald ausläuft, kann in unserer Branche sogar einen Negativeffekt haben. Und zwar dann, wenn der Kunde diese Erinnerung als Anlass nimmt, konkurrierende Angebote auf der Suche nach besseren Konditionen zu prüfen“, ergänzt Christian Reder, Marketing Analyst beim Unternehmen T-Mobile Austria, [das seine Abwanderungsrate mittels Uplift-Modellierung um 2,4 Prozent senken konnte](#). „Portrait Uplift verschafft uns ein besseres Verständnis der Kundensegmente, auf die unsere Kampagnen abzielen. Damit konnten wir nicht nur unsere Marketingausgaben reduzieren, sondern auch die Effektivität und Rentabilität der Kampagnen optimieren“, so Reder abschließend.

Mit Uplift-Modellierung können Unternehmen die Grenzen der traditionellen Analysesegmentierung hinter sich lassen und ihre Marketingaktivitäten gezielt auf diejenigen Kunden ausrichten, die positiv auf Produktbotschaften reagieren, während Kunden, die

ohnehin kaufen würden, auf keinen Fall kaufen werden oder negativ reagieren könnten, gar nicht erst kontaktiert werden. Die neue Data-Mining-Technik wird überwiegend in den Bereichen Finanzdienstleistung, Telekommunikation und im Handel für Direktmarketing-Maßnahmen eingesetzt. Weitere Informationen zu Portrait Uplift finden Sie unter www.pbinsight.de/kundenbeziehung.

Christian Reder, Marketing Analyst, T-Mobile Austria, und Neil Skilling, Product and Solution Director, PBBI, erläutern Interessenten gerne ausführlicher, wie man mittels Uplift-Modellierung den Kampagnen-ROI und die Kundenbindung steigern, die Kampagnenrelevanz erhöhen und ein effektiveres Cross-Selling realisieren kann. Zur Vereinbarung eines persönlichen Gesprächs senden Interessenten bitte eine E-Mail an pbbi.germany@pb.com oder melden sich telefonisch unter +49 (0) 89 46238756.

Über Pitney Bowes Business Insight

Pitney Bowes Business Insight (PBBI), der Softwarebereich von Pitney Bowes Inc., liefert als Lösungsanbieter leistungsfähige Software und Dienstleistungen, um Unternehmen und Institutionen bei der Kundengewinnung und -bindung sowie beim Auf- und Ausbau nachhaltiger Geschäftsbeziehungen zu unterstützen. Durch die Integration von Datenmanagement, Location Intelligence, Kundenkommunikations- und ausgefeilten Predictive Analytics-Lösungen unterstützt PBBI den Aufbau dauerhafter Kundenbeziehung. Die Anwendungen reduzieren die Kosten und fördern gleichzeitig die operative Leistungsfähigkeit.

Pitney Bowes Business Insight ist ein hundertprozentiges Tochterunternehmen der Pitney Bowes Inc (NYSE: PBI), einem der Marktführer im Bereich Customer Communication Management. Weitere Informationen finden Sie unter: <http://www.pbinsight.de> und <http://www.pb.com>.

Pressekontakt PBBI Deutschland:

GlobalCom PR-Network GmbH
Wibke Sonderkamp / Martin Uffmann
Münchener Str. 14
85748 Garching
Tel. +49 89 360 363-40 /-41
wibke@gcpr.net / martin@gcpr.net
www.gcpr.net