

Neues Data Science Competence Center für den Handel

Hamburg, 6. April 2017__ Einer der führenden Anbieter von Omnichannel-Loyalty-Programmen, Ingenico Marketing Solutions, bündelt seine Marketing- und Analysekompetenz in einem neuen Data Science Competence Center. Mit dieser Einheit und mehreren personellen Neueinstellungen wurde der strategisch wichtige Bereich gestärkt und für die zunehmende Nachfrage nach Analytics und Data Insights optimal aufgestellt. Eine hoch performante Big-Data-Infrastruktur ermöglicht die tiefe und gleichzeitig schnelle Analyse komplexer Fragestellungen. Unter Anwendung von modernster Technologie erkennen die erfahrenen Data Scientists Wirkungszusammenhänge von Kaufentscheidungen und gewinnen wertvolle Aussagen zum Kaufverhalten der Kunden.

Mit den Erkenntnissen können Händler bisher unentdeckte Potenziale bestmöglich nutzen und Prozesse so optimieren, dass Marketingkampagnen und Kundenbindungsmaßnahmen zielgerichteter gesteuert werden. Das ermöglicht Umsatzsteigerungen bei gleichzeitiger Optimierung der Marketingkosten. Und auch die Kundenansprache und -zufriedenheit wird langfristig verbessert, weil Konsumenten für sie relevantere Informationen erhalten.

Bereits verfügbare Lösungen des Data Science Competence Centers für den Handel:

- Next-Best-Offer-Modelle zur Ermittlung von kundenindividuellen Produktempfehlungen, um Umsatz, Marge oder Absatz zu optimieren
- Uplift-Scoring-Modelle, die insbesondere die Kunden aus Kampagnen herausfiltern, die auch ohne zusätzlichen Marketingimpuls gekauft hätten
- Retail Data Science Lab, ein Workshop-Format, mit dem zielgerichtet individuelle Unternehmensfragestellungen schnell und lösungsorientiert analysiert werden

Das Data Science Competence Center ist offen für alle Händler, unabhängig davon, wo das Loyalty-Programm aufgesetzt ist. Erste Kundenprojekte mit toom Baumarkt und Peek&Cloppenburg Hamburg wurden bereits erfolgreich umgesetzt, weitere sind beauftragt.

„In gemeinsamen Forschungsprojekten mit Händlern entstehen innovative Lösungen für die relevanten Fragestellungen aus der Praxis. Unsere Data Scientists arbeiten kontinuierlich an neuen Entwicklungen, z.B. 360°-Analysen durch die Verknüpfung von Online- und Offlinedaten“, sagt Jochen Hahn, Leiter Data Science Competence Center und Produktmanagement bei Ingenico Marketing Solutions.

„Große Datenmengen alleine helfen den Händlern nicht. Big Data ist nur sinnvoll, wenn intelligente Analysen dahinter stehen. Wir haben durch den Betrieb von Loyalty-Programmen ein tiefes Verständnis für die Fragestellungen des Handels und kennen das Potenzial von Kundendaten sehr genau“, ergänzt Jochen Freese, Geschäftsführer von Ingenico Marketing Solutions.

Über Ingenico Marketing Solutions

Die Ingenico Marketing Solutions GmbH, Teil von Ingenico Payment Services, ist ein führender europaweiter Anbieter für Kundenbindungskonzepte. Wir bieten Omnichannel-Loyalty-Programme, mit oder ohne Zahlungsfunktion, Gutscheinkarten, ROI-orientierte Marketing Services und Data Analytics – mit TÜV-zertifiziertem Datenschutz.

Weitere Informationen unter: www.ingenico.de/payment-services/produkte-und-leistungen/marketing-solutions

Über Ingenico Payment Services

Ingenico Payment Services bietet eine umfassende Auswahl an sicheren Bezahl- und Marketinglösungen und verhilft Händlern so dazu, Zahlungswege zusammenzuführen, ihr Angebot an Finanzdienstleistungen zu optimieren und ihre Kunden durch Loyalty-Konzepte langfristig an sich zu binden. Egal welcher Verkaufskanal, ob am POS, online oder mobil – mit 150 internationalen und lokalen Bezahlverfahren helfen wir Händlern dabei, Zahlungen zu verarbeiten und abzusichern, Beträge einzuziehen und digitale Transaktionen gegen Betrug zu schützen. Ingenico Payment Services ist Teil der Ingenico Group (Euronext: FR0000125346 - ING), dem Weltmarktführer für integrierte Payment-Lösungen über alle Zahlungskanäle hinweg.

Weitere Informationen unter: www.ingenico.de/payment-services und twitter.com/ingenico