

ViscoveryDecision Maker:

Software stellt Kundengruppen dar

Der ViscoveryDecision Maker von Eudaptics, stellt Zusammenhänge zwischen Daten visualisiert am Bildschirm dar.

WZ-Debatten

In einem ersten Schritt werden die oft auch extrem umfangreichen Kundendaten mittels Viscovery-Software analysiert. So werden interessante Zielgruppen nach Eigenschaften geclustert, strukturiert und nach ihrem Verhalten analysiert. Bislang war das Ergebnis einer solchen Analyse ein meist abstraktes, statistisches Modell. Nun ermöglicht der Decision Maker eine Darstellung, die an eine Wetterkarte erinnert, für Entscheider einfach und intuitiv erfassbar.

Da in Kundenbindungsprojekten von der Unternehmensführung über die Controlling- und IT-Service-Abteilung bis hin zum Marketing meist eine Reihe von Mitarbeitern beteiligt sind, wird so eine für jedermann verständliche gemeinsame Diskussionsbasis geschaffen. Die Benutzer sind von der Technologie abgeschirmt und können sich zur Gänze auf die jeweils fachspezifische Auswertung konzentrieren - statistisches Know-how wird nicht mehr vorausgesetzt.

Vom Ergebnis des Viscovery@Decision Maker können je nach Zielgruppe individuelle, verhaltensorientierte Marketing-Maßnahmen abgeleitet werden - die gezielte Ansprache von Kundengruppen wird möglich.

Weitere Informationen stehen auf <http://www.eudaptics.com> .

(WZ Online)

Erschienen am: 29.04.2002