



T-Mobile Austria nutzt Portrait Customer Analytics zur Senkung der Kundenabwanderung und Verringerung der Kosten für Software- und IT-Beratung

CASE STUDY



KUNDENPROFIL

- Tochterunternehmen von T-Mobile International
- Übernahme von tele.ring im Jahr 2006
- Kundenbasis: 3,2 Millionen

Überblick

T-Mobile Austria GmbH, ein Tochterunternehmen von T-Mobile International, übernahm 2006 das Unternehmen tele.ring und erhöhte damit die Zahl seiner Kunden schlagartig um 50 %. Mit einer konsolidierten Kundenbasis von 3,2 Millionen konnte das Unternehmen so seine Position gegenüber dem Marktführer Mobilkom Austria deutlich ausbauen. Im Anschluss an die Akquisition setzte T-Mobile auf eine Strategie zur Steigerung des pro Kunden erzielten Durchschnittsumsatzes und zur Verringerung der Kundenabwanderung, um so den Problemen eines gesättigten Marktes und sinkender Telefongebühren zu begegnen.

Herausforderung

T-Mobile Austria verwendet seit 1999 die Lösung SAS Enterprise Miner zur Abwanderungsprognose, parallel dazu kommt seit dem Jahr 2000 Portrait Customer Analytics für die Insolvenzprognose zum Einsatz. Die Überprüfung der Business-Intelligence-Situation nach dem Merger 2006 gab den Anlass zu einer detaillierten Untersuchung der vorhandenen Analysekapazität. Dabei erwies sich das Data Mining als unverzichtbar für den langfristigen Erfolg des Unternehmens. Gleichzeitig zeigte sich, dass die SAS-Plattform sowohl äußerst komplex als auch ineffizient und kostenträchtig war:

- Das Unternehmen verfügte nur über drei (zudem veraltete) Data-Mining-Modelle (zwei für die Abwanderung und eines für das Cross Selling).
- Die mangelnden SAS-Kenntnisse führten zur Abhängigkeit von externen IT-Beratern. Dies erhöhte nicht nur die Kosten, sondern auch das Risiko der Informationsweitergabe an Mitbewerber.
- Die Erstellung eines praktikablen Datenmodells mittels SAS war langwierig und verursachte hohe Kosten.
- Die Data Warehouse-Struktur war äußerst komplex.

T-Mobile stand vor der Notwendigkeit, seine beiden Technologieplattformen in einer einzigen Anwendung für das Data Mining konsolidieren zu müssen. Hiermit sollten folgende Ziele erreicht werden:

- Deutliche Senkung der Softwarekosten
- Vermeidung von Kosten für externe Beratungsleistungen bei gleichzeitigem Schutz der Datenintegrität
- Steigerung der Effektivität von Kundenbindungsprogrammen wie z. B. Mailings und Nachfasserufe
- Verkürzung der Antwortzeiten bei Analyseabfragen

“Wir kannten sowohl SAS als auch Portrait und nahmen uns viel Zeit, um die beiden Plattformen gründlich miteinander zu vergleichen und so sicherzustellen, dass die gewählte Lösung unsere künftigen Geschäftsanforderungen erfüllte. Letztlich entschieden wir uns für Portrait, da es bei unseren Referenzprojekten besser abschneidet, von unserem Marketingteam ohne Fremdhilfe genutzt werden kann und uns die volle Kontrolle über Software- und Beratungskosten gibt.”

Christian Reder
Marketing Analyst
T-Mobile Austria GmbH

Lösung

T-Mobile Austria entschied sich für Portrait Customer Analytics, da es bei mehreren typischen Data Mining-Anwendungsfällen bessere Ergebnisse erbrachte und außerdem deutlich weniger Lizenzkosten verursachte. Zudem ermöglicht Portrait Customer Analytics die Datenvorbereitung und -bereitstellung durch die Mitarbeiter der Marketingabteilung, da es speziell für diese Nutzergruppe und nicht für Analyseprofis konzipiert wurde.

Gemeinsam konnte die Lösung innerhalb von nur 30 Manntagen eingeführt werden – von der Bereitstellung einer flexiblen, datengestützten Umgebung bis hin zu den ersten Modellen in Produktionsreife. Mit nur zwei Personen (einem Marketinganalysten und einem BI-Supportmitarbeiter für SQL) und einigen wenigen Tagen intensiver Begleitung durch Portrait Software konnte T-Mobile Austria alle benötigten Real-World-Modelle erstellen.

Dank Portrait Customer Analytics stehen Marketing-, Vertriebs- und Technikmitarbeitern jederzeit umfassende Analyseoptionen zur Verfügung, von einfachen Kreuz-Tabellen über schnell erstellte prädiktive Modelle bis hin zu ausgefeilten geografischen Analysen. Das Resultat sind schnellere Geschäftsentscheidungen und effizientere Prozesse. Als besonders profitabel erwies sich eine Reihe von prädiktiven Modellierungsanwendungen, mit denen Maßnahmen zur Maximierung der Vertragskundenbindung ermittelt, die Inaktivität von Prepaid-Kunden vermieden und das Netz-Rollout optimiert werden konnten.

Das für das Kampagnenmanagement zuständige T-Mobile-Team erhielt mit der Portrait-Lösung zudem die Datengrundlage für komplexe Auswahlentscheidungen und konnte auf diese Weise punktgenau die richtigen Kunden zur richtigen Zeit mit dem passenden Angebot ansprechen. Unterm Strich konnte damit die Effektivität messbar erhöht werden.

Ergebnisse

Portrait Customer Analytics wird derzeit von vier Mitgliedern des Marketingstrategie- und Insight-Teams genutzt. Damit wird nicht nur die Antwortzeit für Analyseabfragen verkürzt, sondern es versetzt Analysten auch in die Lage, ihre wertvolle Arbeitszeit zur Steigerung des Unternehmenswerts aufzuwenden.

Das Marketingteam kann nun zielgenaue Kampagnen durchführen und innerhalb kürzerer Zeit fundierte Entscheidungen treffen, die auf schnell erstellten Modellen basieren und modernste Funktionen für die Kampagnensegmentierung nutzen.

T-Mobile konnte seine Softwarekosten um mehrere 100.000 Euro senken.

Positiv auf den Unternehmensgewinn wirken sich auch Einsparungen in Höhe von mehreren 10.000 Euro pro Jahr für externe IT-Berater aus, die T-Mobile nun nicht mehr benötigt.

Seit der Einführung konnte T-Mobile Austria die Effektivität seiner Kundenbindungsmaßnahmen erheblich verbessern und die Kundenabwanderung um 20 % reduzieren.

CASE STUDY

VORTEILE

- 20 % weniger Kundenfluktuation
- Deutliche Senkung der Softwarekosten in Höhe von mehreren 100.000 Euro
- Einsparungen von mehreren 10.000 Euro für externe Beratung

“Unsere Analysten können nun sehr viel effizienter arbeiten und ihre Analysen und Modelle innerhalb kürzester Zeit bereitstellen. Der wichtigste Vorteil ist jedoch, dass sie in Echtzeit zusammenarbeiten können. Mit der Option auf die ‚Uplift-Modellierung‘ verfügen wir über eine branchenführende Lösung, die die Erstellung prädiktiver Modelle revolutioniert hat.”

Christian Reder
Marketing Analyst
T-Mobile Austria GmbH

TECHNOLOGIE

- Portrait Customer Analytics
- Sun Solaris Unix Server
- Oracle Data Warehouse

Weitere Informationen: Telefon +49 6142 203400 oder online: www.pitneybowes.de/software

DEUTSCHLAND/ÖSTERREICH/
SCHWEIZ/LIECHTENSTEIN
+49 6142 203400
www.pitneybowes.de/software

VEREINIGTE STAATEN
VON AMERIKA
+1 800 327 8627
www.pitneybowes.com/software

EUROPA/UNITED KINGDOM
+44 800 840 0001
www.pitneybowes.co.uk/software

ASIA PACIFIC/AUSTRALIEN
+61 2 9437 6255
www.pitneybowes.com.au/software

92820 DE 1108 © Copyright 2012 Pitney Bowes Software GmbH. Alle Rechte vorbehalten.
Weiterverwendung der Texte und Bilder nur mit Genehmigung der Pitney Bowes Software GmbH.

Every connection is a new opportunity™

 **Pitney Bowes**
Software