

DATENBASIERTE VERTRIEBSSTEUERUNG

In unserem Use Case werden Marketing- und Vertriebsaktivitäten datenbasiert identifiziert und damit Upselling-Potenziale für eine aktive Vertriebssteuerung implementiert.

www.viadico.com . kontakt@viadico.com . +49 711 22 05 49-30

THEMA

Als Versicherer steuern Sie Ihre Vertriebsaktivitäten über die bestehenden Vertriebskanäle, unterstützt durch flankierende Marketingaktivitäten. Vertriebliche Aktivitäten basieren dabei oft auf den Erfahrungswerten und der subjektiven Einschätzung Ihrer Mitarbeiter. Vertriebsaktivitäten, die nicht datenbasiert durchgeführt werden, sind somit weniger objektiv. Die Grundlage für datenbasierte Vertriebs- und Marketingaktivitäten liegt in der Berechnung der Affinität von Bestandskunden zur Erhöhung oder zum Neuabschluss von Verträgen. Ziel ist es, den verschiedenen Vertriebskanälen und Ihrem Customer Service Priorisierungen für einen zielgerichteten Vertragsabschluss bereitstellen zu können.

LÖSUNGEN

Mit den Kunden- und Vertragsdaten, die Ihnen aus Ihrer Kundendatenbank und weiteren Datenquellen, wie zum Beispiel digitalisierten Beratungsprotokollen, Besuchsberichten etc. zur Verfügung stehen, erarbeiten wir gemeinsam mit Hilfe modernster Machine-Learning-Verfahren ein individuelles Modell, das die Zielgruppen und deren Produktaffinität bestimmt.

Das Modell wird basierend auf kundenspezifischen Informationen aus diesen Systemen erstellt und anschließend grafisch aufbereitet. Anschließend wird eine Applikation auf Basis dieses Modells erstellt, deren Ziel es ist, in regelmäßigen Zyklen die Daten auszuwerten, um zu jeder Zeit ein aktuelles Abbild der Kundengruppen und ihrer Produktaffinität zu erhalten.

NUTZEN

Die in der Datenbank verfügbaren Informationen werden visualisiert und Ihren den Mitarbeitern zugänglich gemacht. Ihre Mitarbeiter selektieren mit Hilfe von verschiedenen Filtern gezielt Kundengruppen und Segmente. Innerhalb der Selektion werden die kundenindividuellen Affinitäten angezeigt. Der Kunde kann im Kundengespräch direkt auf Produkte mit einer hohen Affinität angesprochen werden. Die Resultate stehen innerhalb des Unternehmens für unterschiedliche Anwendungszwecke zur Verfügung.

EINSATZBEREICHE

Branche: Versicherung

Sparten: Spartenunabhängig

Thema: Customer Analytics

Tools: Java, Python, R

- > **Kundenindividuelle Angebote**
Kundenansprache und bedarfsorientierte Angebote
- > **Gezielte Vertriebssteuerung**
Steigerung der Cross Selling Quote
- > **Next Best Action**
Echtzeitentscheidung über die nächste beste Kundenaktion

MÖGLICHER PROJEKtablauf

- > Definition Anforderungen und Ziel
- > Analyse der Daten
- > Datenanonymisierung
- > Datenexploration
- > Datenbereinigung
- > Clustering
- > Interpretation
- > Ableitung von Maßnahmen
- > Einbindung in die bestehende Marketing- und Vertriebssteuerung
- > Einbindung in bestehende Außendienstsysteme

DATENBASIERTE VERTRIEBSSTEUERUNG

DATENQUELLE

- Kundenverträge
- Kundendatenbank
- > Kunden- und Vertragsinfo
- Vertriebsinformationen
- > Beratungsprotokolle, ...
- AG Meldungen
- > Änderungen/Gehalt
- KollektivRahmenVertrag
- > Anlagemöglichkeiten
- Zusagenverwaltung
- > Vertragsdaten
- Gesetzlicher Rahmen
- > Förderungsquoten, ...

DATA ANALYTICS

Preprocessing

- Datenauswahl
- Datenbereinigung
- Datenintegration

Data Analytics Baukasten

- Text Mining
- Clustering
- Klassifizierung
- Frequent Itemset Mining

Interpretation

Ergebnisse interpretieren und Erkenntnisse gewinnen.



EINSATZ

- Kundenindividuelle Angebote
- ✓ Kundenansprache und bedarfsorientierte Angebote
- Gezielte Vertriebssteuerung
- ✓ Steigerung der Cross Selling Quote
- Next Best Action
- ✓ Echtzeitentscheidung über die nächste beste Kundenaktion