

SELGROS spart beim Werbemittelversand Kosten ein

Kunde



Land Deutschland

Branche Großhandel

Lösung Customer Targeting

- Substanzielle Einsparung an Werbemitteln bei gleichbleibendem Umsatz
- Schneller ROI

„Uns haben die Professionalität und das Wissen der Mitarbeiter überzeugt. Dennoch musste Blue Yonder erst beweisen, dass die Lösung auch operativ funktioniert – und das tat sie.“

Holger Penndorf
Geschäftsführer, SELGROS Cash & Carry

BlueYonder
Best decisions, delivered daily



Die Herausforderung

Das Handelsunternehmen SELGROS Cash & Carry verschickt alle zwei Wochen Prospekte an bis zu eine Million Kunden. Die Steuerung des Versands war bisher kostenintensiv und personell aufwendig, da die Kundenselektionen manuell ausgeführt wurden. Die Entscheidung darüber, welcher Kunde einen Katalog erhält, wurde auf Basis von Kundensegmentierungen und Entscheidungsbäumen getroffen. Dabei konnten nicht alle dynamischen und kundenindividuellen Einflussfaktoren berücksichtigt werden; das Werbemittelbudget wurde nicht optimal eingesetzt. Deshalb kam SELGROS auf Blue Yonder zu, um gemeinsame Ansätze und Lösungen im Bereich Customer Targeting zu evaluieren.

Durch Customer Targeting sollten die Entscheidungen zur Kundenselektion verbessert und automatisiert werden. Das Ziel war es, Kosten beim Werbemittleinsatz zu sparen, ohne die Kundenzufriedenheit und den Umsatz zu beeinträchtigen.

Die Lösung

Blue Yonder analysiert die kundenindividuelle Kaufhistorie der letzten fünf Jahre und prognostiziert mithilfe des Blue Yonder Algorithmus die Kaufwahrscheinlichkeit und Warenkorbgröße auf Kundenebene mit und ohne Werbemittel. Mit den Ergebnissen ist Blue Yonder in der Lage, eine optimale Kundenselektion zu treffen. Diese erhält SELGROS Cash & Carry als Vorschlag von Blue Yonder vor jeder Katalogaussteuerung und kann sie automatisiert in den Kampagnenprozess übernehmen.

Für die Automatisierung der operativen Entscheidungen nutzt Blue Yonder das eigene Kausalitätsmodell, mit dessen Hilfe die Auswirkung von Promotions auf die kundenindividuelle Kaufentscheidung aus den Daten erfasst wird. Dadurch werden nur an diejenigen Kunden Werbeprospekte versandt, die sich durch den Erhalt in ihrer Kaufentscheidung positiv beeinflussen lassen.

Die Ergebnisse

Das Customer Targeting Projekt startete zunächst mit einem A/B-Test, der über 13 zweiwöchentliche Aussteuerungen durchgeführt wurde. Während des A/B-Tests konnten in der Blue Yonder Testgruppe bereits substantielle Einsparungen an Werbemitteln erzielt werden, und das bei fast gleichbleibendem Umsatz. Der ROI wurde aufgrund der direkt messbaren Einsparungen nach dem ersten Monat realisiert.

Die nächsten Schritte: Nach der Produktivsetzung des Projekts wurden im Frühjahr 2016 die geplanten Erweiterungen getestet, um die Aussteuerung des Katalogversands noch weiter zu optimieren. Außerdem plant SELGROS Cash & Carry den weiteren Ausbau der Lösung auf zusätzliche Kundengruppen.

Über Blue Yonder

Blue Yonder, ein Unternehmen von JDA, ist ein führender Anbieter von Lösungen für künstliche Intelligenz (KI) und maschinelles Lernen (ML). Es ermöglicht Einzelhändlern sowie Konsumgüter- und anderen Unternehmen, ihre Geschäftsabläufe zu transformieren und rentablere, automatisierte Geschäftsentscheidungen zu treffen. Dadurch lassen sich deutlich höhere Gewinne und optimierte Kundenerlebnisse erzielen.

Durch die Integration von KI/ML in die Supply Chain und Merchandising-Prozesse können Unternehmen wesentlich schneller auf dynamische Marktbedingungen und Kundenpräferenzen reagieren.

BlueYonder
a jda. company

info@blue-yonder.com
blueyonder.ai

jda.com
info@jda.com

Blue Yonder GmbH
Ohiostraße 8
76149 Karlsruhe
Germany

+49 721 383117 0

Blue Yonder Software Limited
19 Eastbourne Terrace
London, W2 6LG
United Kingdom

+44 20 3626 0360

JDA Software
15059 N. Scottsdale Road, Suite 400
Scottsdale, AZ 85254-2666
United States

+1 833.JDA.4ROI
+1 833.532.4764