

GfK-Studie zu den Tech-Trends des Jahres 2016

Predictive Analytics: Unsichtbar wirksam

„Invisible Analytics“ gehören einer [Studie](#) der GfK-Marktforscher zu den zehn wichtigsten Tech-Trends des Jahres 2016. Alle zehn von der GfK identifizierten Trends, darunter Künstliche Intelligenz, Virtuelle Realität, mobiles Bezahlen, Smart Home und Connected Cars, erzeugen oder nutzen große Datenmengen („Big Data“). „Die komplexen Analysen auf der Basis von Kundendaten sind essentiell, um seine Kunden zu verstehen und sie mit optimierten Produkten und Dienstleistungen bedienen zu können“, heißt es in der Studie.

„Predictive Analytics spielen sich in der Tat für die Verbraucher unsichtbar im Hintergrund ab“, sagt Prof. Dr. Michael Feindt, Gründer und Chief Scientific Advisor der Blue Yonder GmbH. „Von der Bedeutung her stehen sie allerdings ganz vorne: Permanente Warenverfügbarkeit und marktgerechte Preise auf der Basis valider Vorhersagen sind im Handel entscheidend für eine hohe Kundenbindung.“

Um die riesigen Mengen an Daten, die zum Beispiel bei Transaktionen im Handel anfallen, überhaupt verarbeiten zu können, brauchen Unternehmen Unterstützung durch Künstliche Intelligenz, so die GfK. Machine-Learning-Algorithmen bieten die Präzision und Prognosequalität, die automatisierte Entscheidungen ermöglichen und damit Prozesse effizienter machen. „So können Unternehmen schnell und flexibel agieren und ihren Kunden im richtigen Moment die besten Preise anbieten“, so Feindt.

Die GfK-Studie „Tech Trends 2016“ können Sie sich [hier](#) herunterladen. Weitere Informationen zu Predictive Applications für den Handel lesen Sie [hier](#).

Über Blue Yonder

Blue Yonder ist der führende Anbieter von cloudbasierten Predictive Applications für den Handel. Wir liefern Handelsunternehmen täglich Entscheidungen, um ihren Umsatz zu steigern, ihre Margen zu erhöhen und schnell auf die Herausforderungen des dynamischen Marktes reagieren zu können. Unsere Lösungen zur Preisgestaltung und Warendisposition basieren auf innovativen Machine-Learning-Algorithmen, die von unseren hoch qualifizierten Data Scientists speziell für den Handel entwickelt wurden.

2008 vom ehemaligen CERN-Forscher Prof. Dr. Michael Feindt in Karlsruhe gegründet, ist Blue Yonder heute in Europa und den USA tätig, unterstützt von der Private-Equity-Gesellschaft Warburg Pincus und der Otto Group als Investoren. Seit 2014 vermitteln wir Handelsunternehmen in unserer Data Science Academy relevantes Data-Science-Wissen.

Blue Yonder wurde bereits vielfach ausgezeichnet, unter anderem mit dem Experton Big Data Leader Award 2016, dem Technology Innovator Award 2015, dem BT Retail Week Technology Award, dem Deutschen Innovationspreis sowie dem FOCUS Digital Star Award.

Blue Yonder. Täglich die besten Entscheidungen.

Pressekontakt

Dunja Riehemann
Director Marketing
Blue Yonder GmbH
T +49 721 383 117 36
M +49 162 2091821
dunja.riehemann@blue-yonder.com
blue-yonder.com

PR-Agentur FAKTOR 3 AG

Jens Schleife
Kattunbleiche 35
D-22041 Hamburg
T +49 40 67 94 46 6127
F +49 40 67 94 46 11
<mailto:j.schleife@faktor3.de>