

## **prioinsdata GmbH und Kühne Logistics University (KLU) kooperieren**

Predictive Analytics und Data-driven Marketing gehören zu den Techniken der digitalen Datenverarbeitung, die bereits in vielen Branchen mit großem Erfolg eingesetzt werden. Unsere enge Kooperation mit der KLU setzt in diesem neuen Themenbereich der Marketingoptimierung an.

Sie verfügen mit Ihrem Geschäftsmodell über wertvolle Datenmengen und haben vor, diese Daten zukünftig zur Weiterentwicklung Ihrer Kampagnen zu nutzen und sich mit effizienterem Marketing wertvolle Wettbewerbsvorteile zu verschaffen? Wir unterstützen Sie mit unserer Expertise und langjährigen Erfahrung bei der Generierung, Aufbereitung und wissenschaftlich fundierten Auswertung Ihrer Daten.

Bieten Sie Ihren Kunden z.B. ein freies WLAN an? Wir bieten Ihnen die umfassende Analyse der aus der Nutzung des WLAN gewonnenen Daten und ermöglichen es Ihnen, das enorme Potential Ihrer Daten auszuschöpfen. So lassen sich beispielsweise auf Basis der Daten Instore-Promotions aussteuern, die durch gezielte Personalisierung sowohl die Kaufwahrscheinlichkeit als auch den Wert des Warenkorbbes erhöhen.

Abhängig von der Technologie und den zur Verfügung stehenden Daten sind eine Vielzahl von möglicher Vorteile für Sie denkbar: Sie können auf Basis der Analyseergebnisse beispielsweise Einfluss auf das Kundenverhalten hinsichtlich Cross- und Upselling (z.B. durch individualisierte Coupons) oder Kundenbindung (z.B. mithilfe virtuelle Kundenkarten) nehmen. Der für Ihren Kunden daraus entstehende Nutzen lässt sich zudem mit wachsender Datenbasis immer weiter steigern, da immer präzisere Prognosen hinsichtlich zukünftiger Käufe (Stichwort: Next Best Offer) durch die in verschiedenen Kanälen gewonnenen Daten ermöglicht werden.

Wir freuen uns, dass wir Ihnen für die Lösung dieser aktuellen Fragestellungen einen hochqualifizierten Kooperationspartner zur Seite stellen können. Zusammen mit **Prof. Jan Becker**, Professor für Marketing und Service Management an der **KLU**, können wir Ihnen zusätzlich wissenschaftlich fundierte Big Data Analysen zur Optimierung Ihres Marketing anbieten. Prof. Becker, dessen Forschungsschwerpunkt im Bereich ‚Customer Relationship Management‘ ist, verfügt über mehr als 15 Jahre Erfahrung im Data-driven Marketing in Industrie und Wissenschaft.