

TNS EX·A·MINE™

DataFusion

Die Brücke zur gemeinsamen
Betrachtung von Daten aus
unterschiedlichen Datenquellen



Umfassendes Kundenverständnis

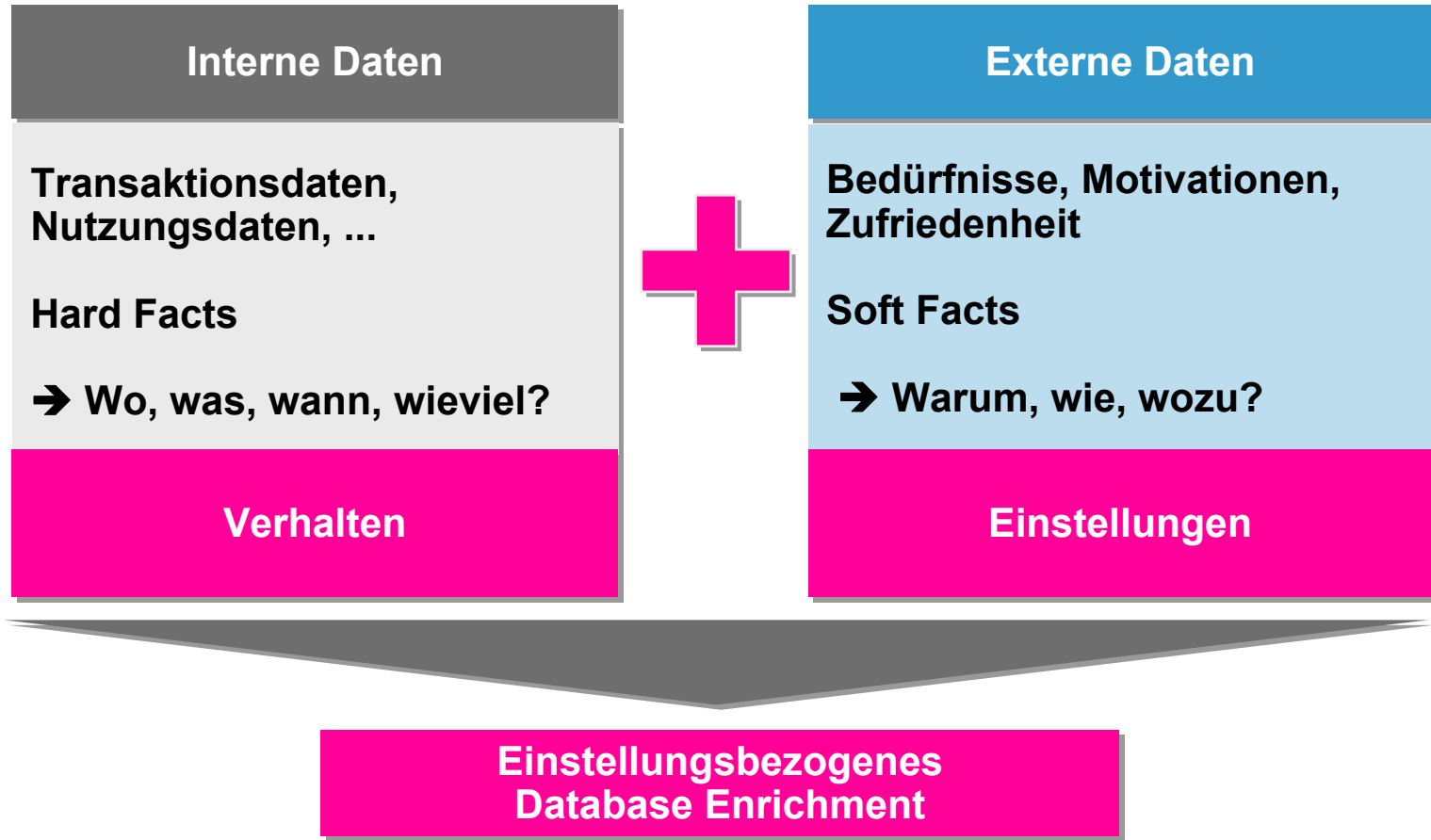
Existieren in Ihrem Unternehmen verschiedene Befragungsdaten?



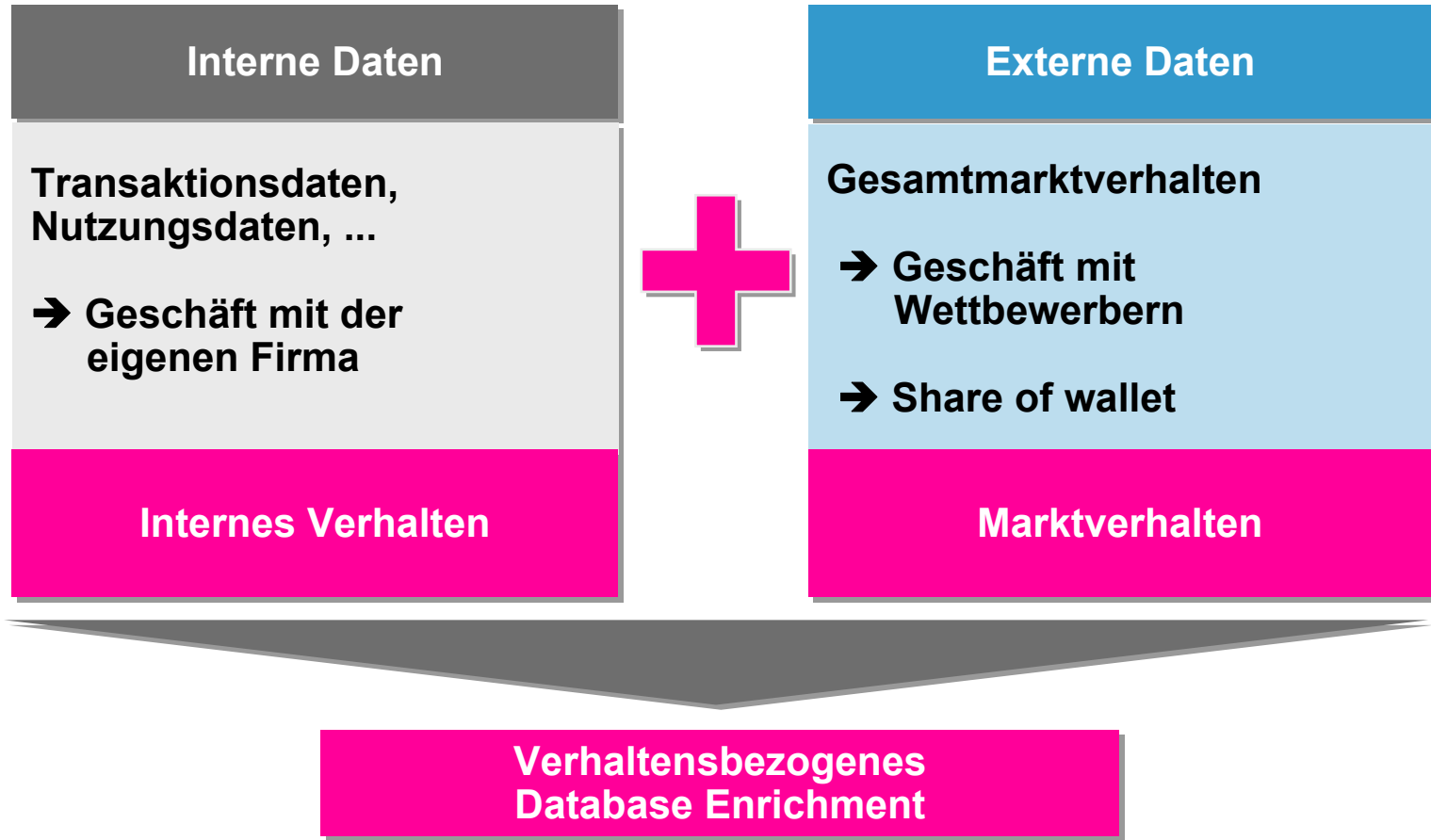
- Oftmals gibt es in Unternehmen eine **Vielzahl unterschiedlicher Studien**
 - in verschiedenen Abteilungen
 - zu unterschiedlichen Fragestellungen
 - aufgrund des Mitwirkens bei Multi-Client-Studien
 - ...
- In der Regel werden diese Studien getrennt voneinander betrachtet
- Ergibt dies ein **umfassendes Bild** über Ihre Kunden?
- Erlaubt dies Aussagen über **unterschiedliche Wichtigkeit** einzelner Aspekte?
- Erhalten Sie daraus ein **umfassendes Verständnis** über die Präferenzen Ihrer Kunden in unterschiedlichen Situationen?

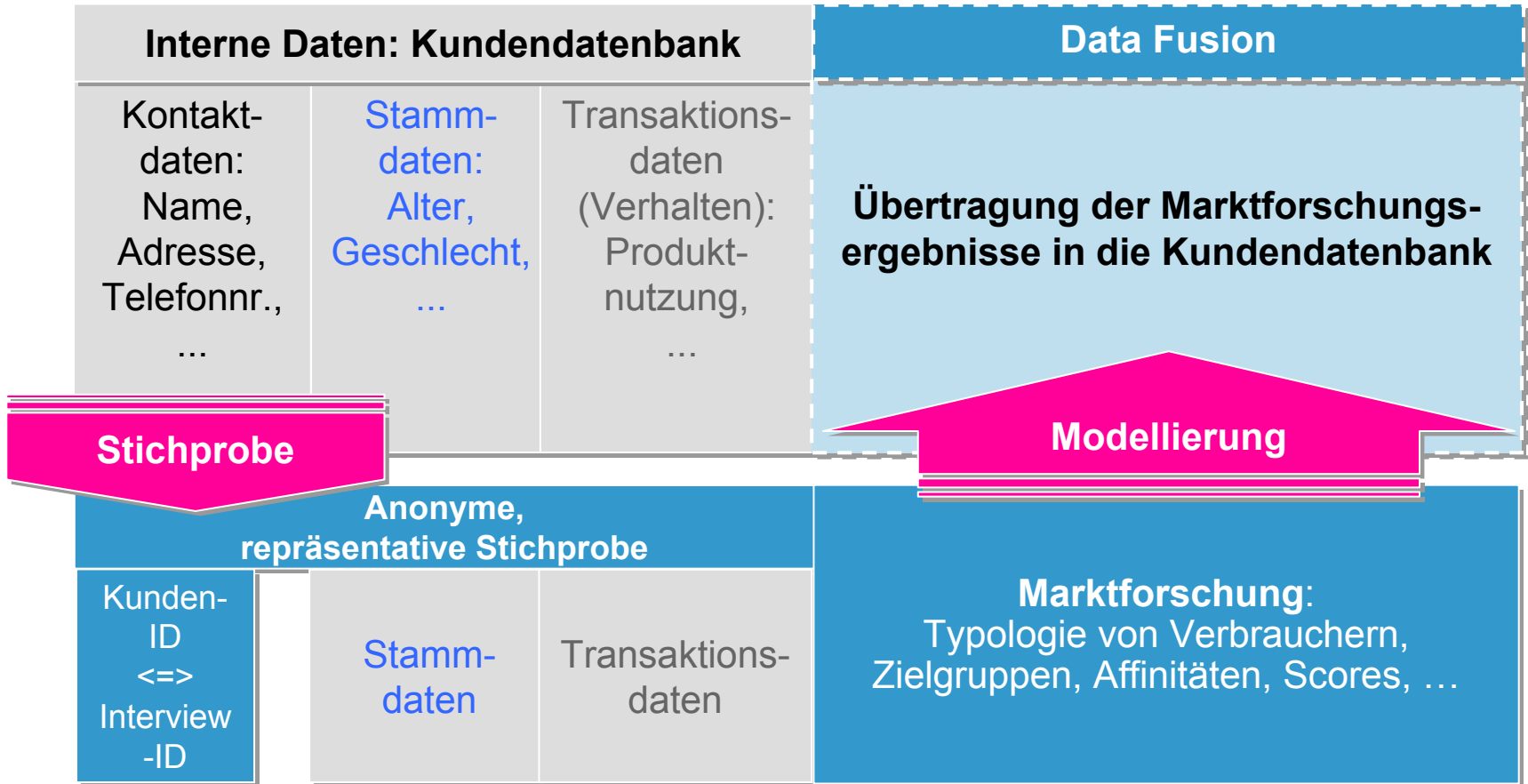


- Für Ihr Unternehmen relevante Informationen sind oftmals in verschiedenen Datenquellen enthalten. DataFusion bildet die Brücke zwischen diesen Datenquellen zur Durchführung **ganzheitlicher Analysen**.
- Erkenntnisse (z.B. Scorings) aus Marktforschungsstudien lassen sich an Ihre **Kundendatenbank anspielen**.
- Als Ergänzung zu einer bereits bestehenden Studie können zu einem späteren Zeitpunkt noch **ergänzende Informationen** erhoben und gemeinsam mit den bereits vorhandenen Daten analysiert werden.
- **Komplexe Fragebögen** können auf mehrere Befragte aufgeteilt, aber dennoch am Stück ausgewertet werden.



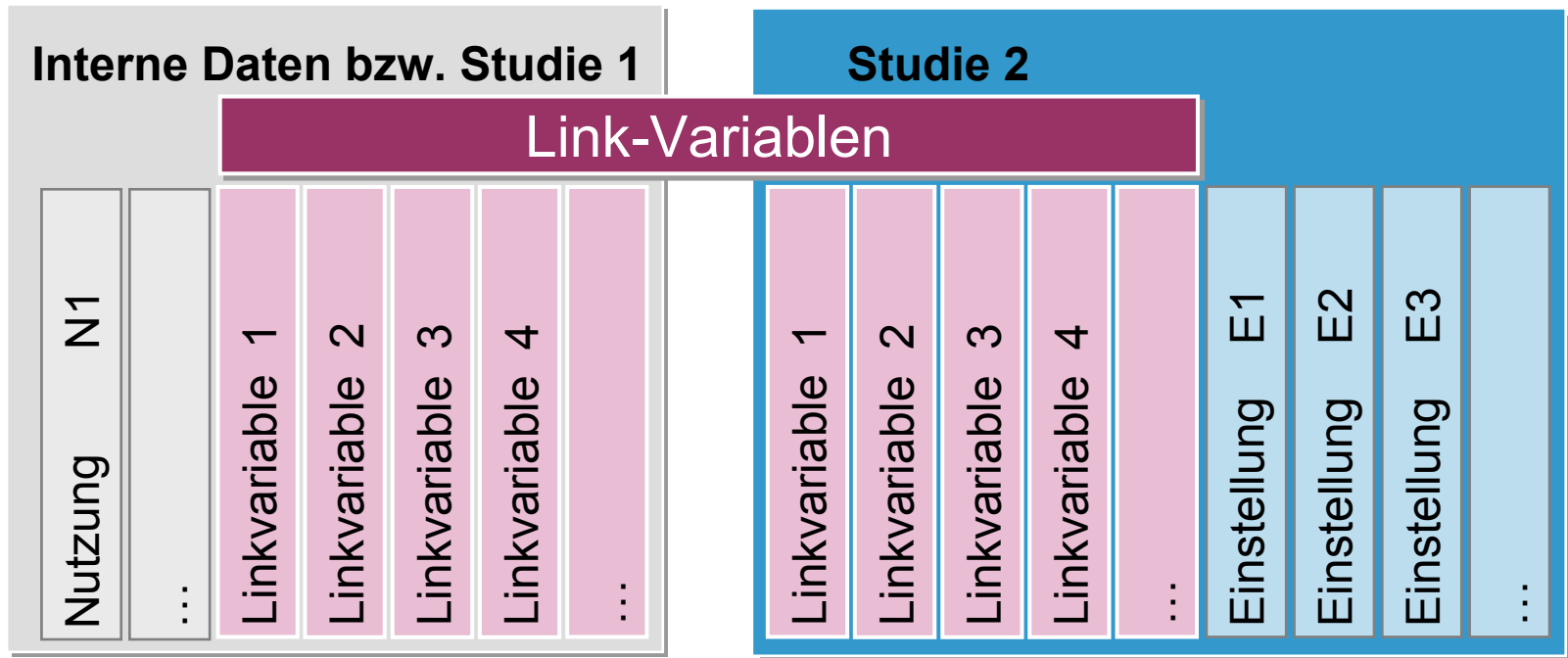
DataFusion bereichert interne Daten um die Gesamtmarktperspektive

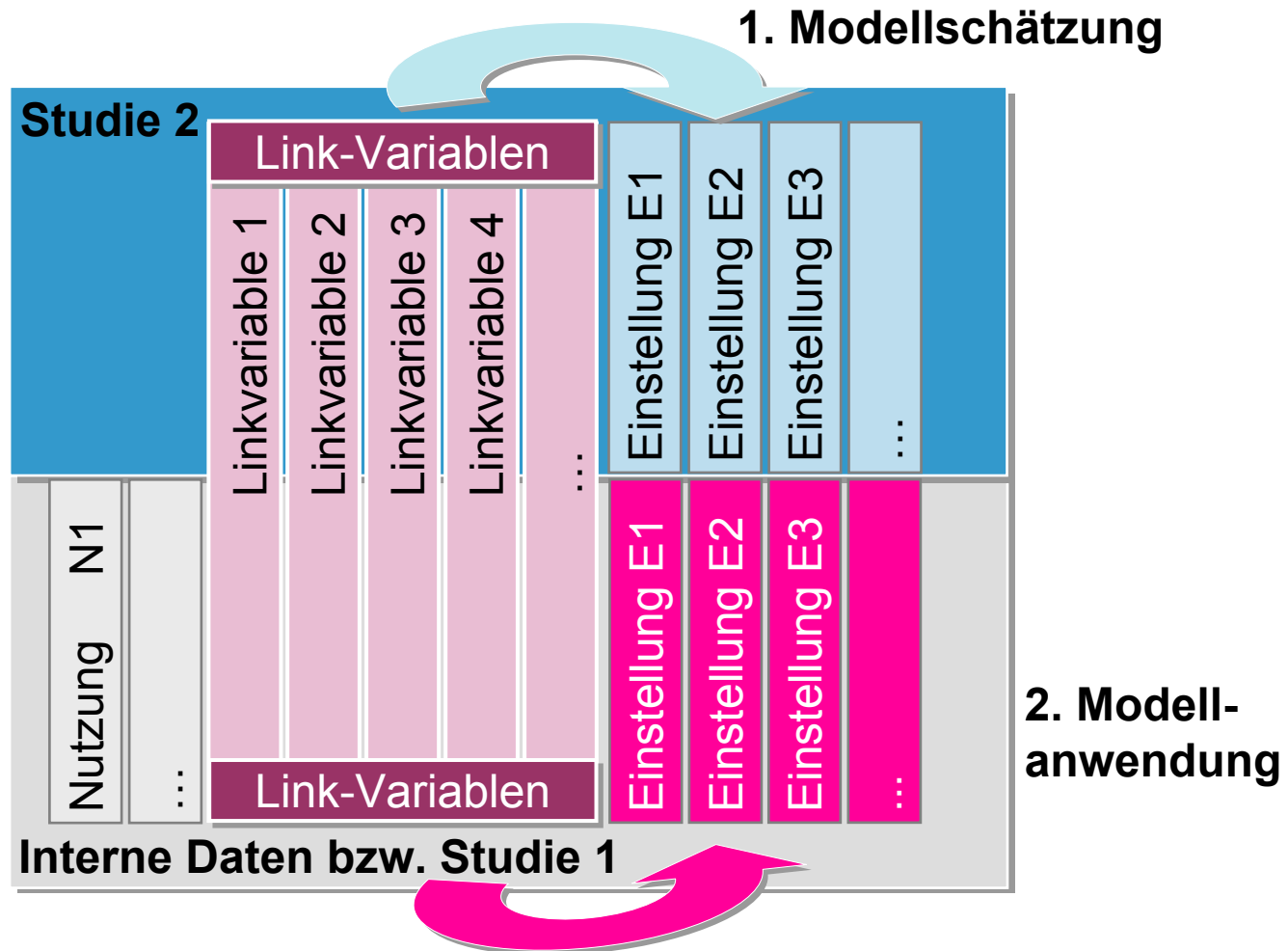




Methodisches Vorgehen

Verknüpfung verschiedener Datenquellen über Link-Variablen





Welchen Vorteil bietet Ihnen DataFusion?

(1) Beantwortung studienübergreifender Fragestellungen



- Wie beeinflussen die verschiedenen Aspekte von Kundenbindung das Käuferverhalten im Wettbewerb?
(Kundenbindungsstudie + Marktstrukturanalyse)
- Über welchen Vertriebsweg wird Ihr neu konzipiertes Produkt am besten verkauft?
(Einkaufsstättenstudie + Produkttest)
- Mit welchem Kommunikationsmedium können Sie ein als interessant identifiziertes Bedürfnissegment am effizientesten erreichen?
(Mediennutzungsanalyse + Benefitsegmentierung)
- Wie beeinflusst die Markenwahrnehmung die Markenaffinität oder Markenwahl der Konsumenten?
(Brand Image + Brand Tracking)

Welchen Vorteil bietet Ihnen DataFusion?

(2) Projektion von Schlüsselinformationen ins DataWarehouse



- Welche Kunden sind für ein neues Produkt besonders **affin**?
- Wie kann die **Cross-Selling Rate** erhöht werden?
- Wie können Kunden am besten **segmentiert** werden, so das die Lösung hinterher gut operationalisiert werden kann?
- Welche Kunden sind **kündigungsgefährdet**?

Welchen Vorteil bietet Ihnen DataFusion?

(3) Wirkungsgrad und Kostenoptimierung



- Zusätzlicher **Erkenntnisgewinn** aus bereits vorhandenen Primärdatenquellen
- Schlussfolgerungen können aus der kombinierten Betrachtung mehrerer Datenquellen gezogen werden
- Optimierung des **Wirkungsgrads** Ihrer vorhandenen Primärdaten
- Verbessertes **Kosten-Nutzen-Verhältnis** für Ihre Primärerhebungen

Was können wir Ihnen bieten?

Leistungsspektrum



- **Screening** und Aufbereitung Ihrer internen Datenbank
- **Machbarkeitspilotierung** und Realisierung von DataFusion Projekten
- **Realisierung** komplexer Erhebungsdesigns und umfangreicher Fragenprogramme
- Auf Ihren Wunsch: Halten Ihrer Kundendatenbank auf unseren Systemen für schnelle Analysen „auf Zuruf“



Holistic
Customer
Understanding
[EX▪A▪MINE
Services]

Dr. Robert Hartl
Tel. 089 5600 – 1320
robert.hartl@tns-infratest.com

