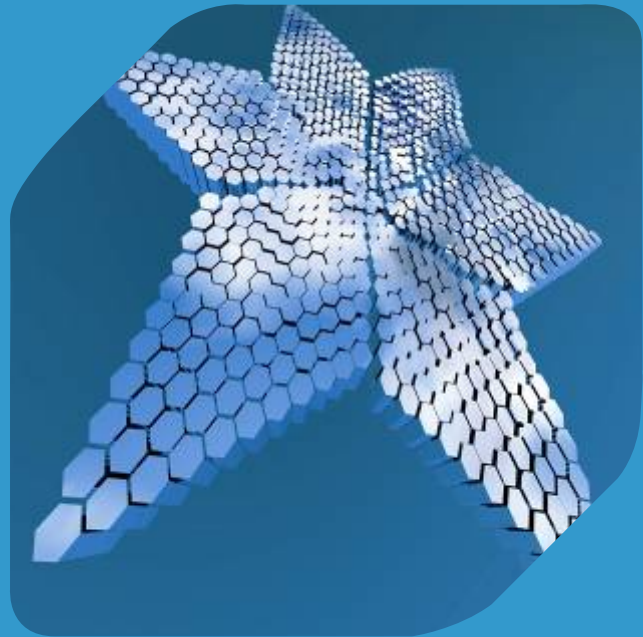


TNS EX·A·MINE[™]

Explore, Analyse and Mine your Data !

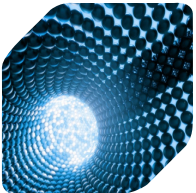




- **TNS EX▪A▪MINE** bietet
 - eine einzigartige **Verknüpfung von Marktforschung** und **internen Daten**
 - mittels **Data Mining** und **intelligenter Automatisierungs-Technologie**.



- Dies ermöglicht unseren Kunden ein umfassendes, **„holistisches“ Kundenverständnis**.



- Während die Marktforschung vor allem Zielgruppen beschreibt und dafür anonymisierte und aggregierte Daten liefert, erhalten Sie mit Hilfe von EX▪A▪MINE **Entscheidungsgrundlagen für konkrete Personen**.



- Die Verknüpfung von Marktforschungsdaten mit den operativen Systemen stellt somit einen **erheblichen Mehrwert gegenüber der isolierten Betrachtung** dieser Daten dar und steigert so den Wert der Marktforschung für unseren Kunden.

TNS EX·A·MINE™ Portfolio

Für ein holistisches Kundenverständnis

DataFusion



Intelligente Datenintegration

→ ganzheitliche (holistische) Kundensicht (z.B. von Transaktionsdaten bis hin zu Marktforschungsinformationen)

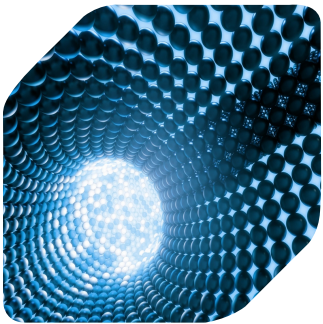
HolisticSegmentation



Auf holistisch integrierten Daten aufbauende Segmentierung

→ tiefe Einblicke in die Marktstruktur, direkte operative Umsetzung im Marketing

BehaviourForecast



Prognose, wie sich ein Kunde wahrscheinlich verhalten wird

→ Beantwortung zentraler Fragen des Kundenlebenszyklus (Kampagnenplanung, Cross-/Up-Selling, Kündigungen etc.)

TextMiner



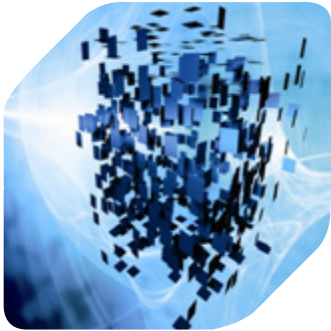
Automatisierte Analyse von Text oder Textinhalten

→ Reduzierung des Information Overload und Generierung geschäftskritischen Wissens durch die Analyse qualitativer Daten

TNS EX·A·MINE™ Portfolio

Für ein holistisches Kundenverständnis

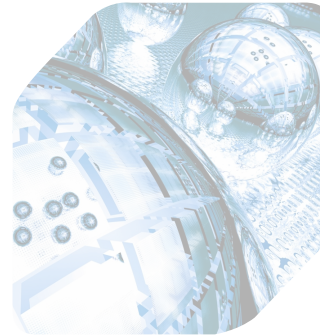
DataFusion



Intelligente Datenintegration

→ ganzheitliche (holistische) Kundensicht (z.B. von Transaktionsdaten bis hin zu Marktforschungsinformationen)

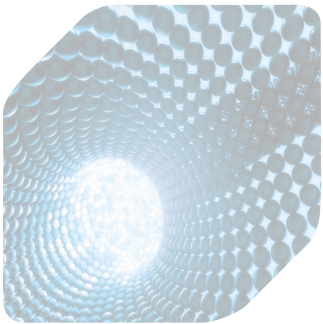
HolisticSegmentation



Auf holistisch integrierten Daten aufbauende Segmentierung

→ tiefe Einblicke in die Marktstruktur, direkte operative Umsetzung im Marketing

BehaviourForecast



Prognose, wie sich ein Kunde wahrscheinlich verhalten wird

→ Beantwortung zentraler Fragen des Kundenlebenszyklus (Kampagnenplanung, Cross-/Up-Selling, Kündigungen etc.)

TextMiner

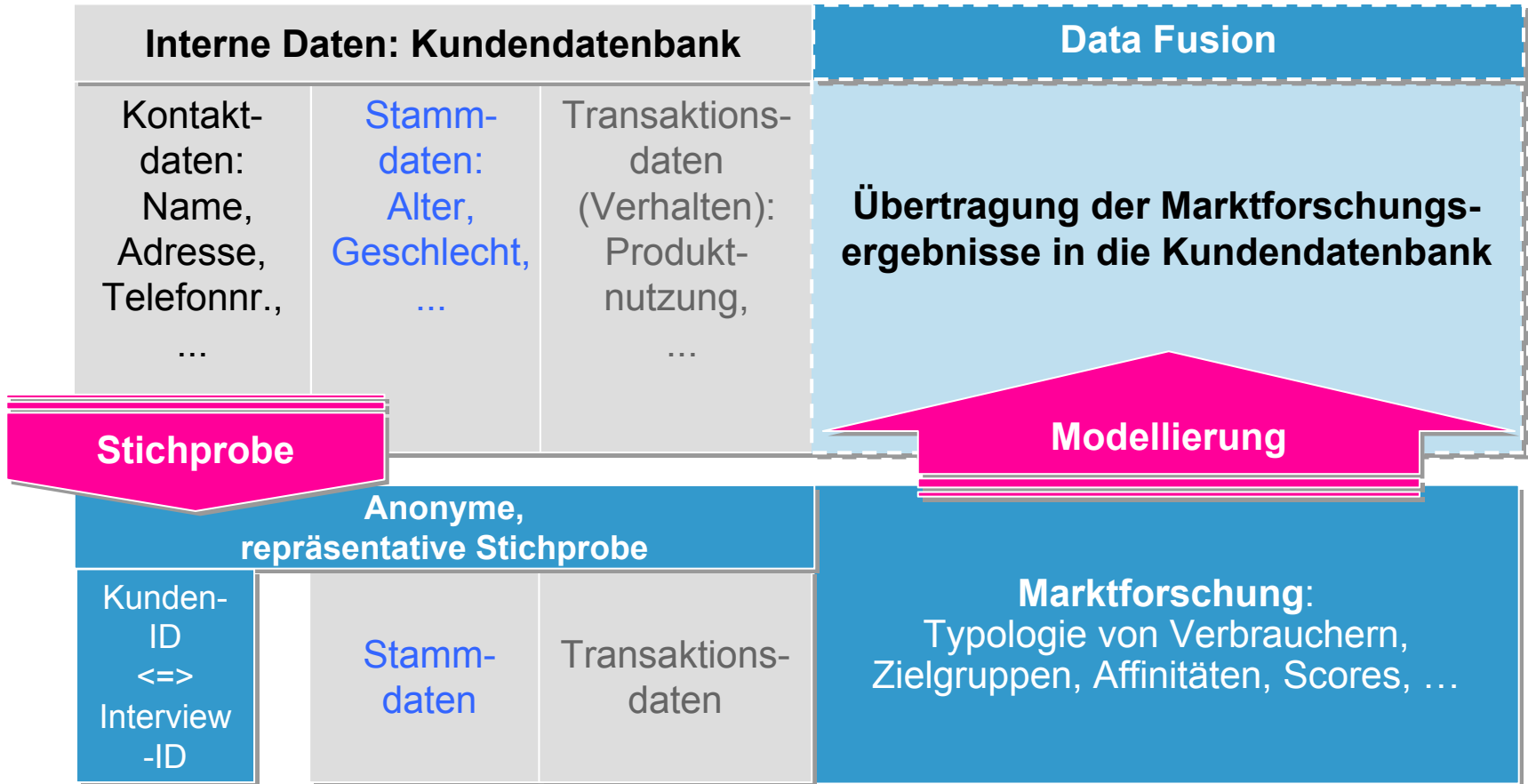


Automatisierte Analyse von Text oder Textinhalten

→ Reduzierung des Information Overload und Generierung geschäftskritischen Wissens durch die Analyse qualitativer Daten



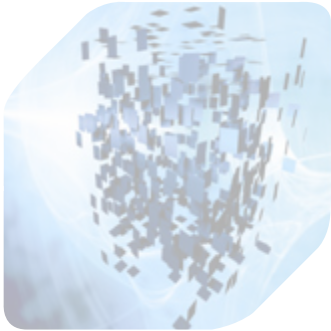
- **Anreicherung interner Daten mit Marktforschungsdaten**, wie
 - Einstellungen (Weiche Daten: Bedürfnisse, Zufriedenheit etc.)
 - Gesamtmarktverhalten (Geschäft mit Wettbewerbern, Share of Wallet etc.)
- **Verknüpfung mehrerer Marktforschungsstudien** untereinander
 - Informationsgewinn aus der kombinierten Information mehrerer Studien
 - Anwendungsfälle:
 - Relevante Informationen sind in **verschiedenen Datenquellen**
 - Anreicherung einer abgeschlossenen Studie mit **zusätzlichen Informationen**
 - **Komplexes Fragebogendesign**: Fragebogen ist zu lang/komplex, um von einem Befragten beantwortet zu werden



TNS EX·A·MINE™ Portfolio

Für ein holistisches Kundenverständnis

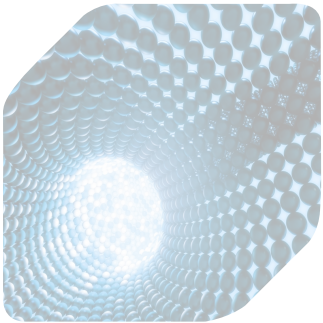
DataFusion



Intelligente Datenintegration

→ ganzheitliche (holistische) Kundensicht (z.B. von Transaktionsdaten bis hin zu Marktforschungsinformationen)

BehaviourForecast



Prognose, wie sich ein Kunde wahrscheinlich verhalten wird

→ Beantwortung zentraler Fragen des Kundenlebenszyklus (Kampagnenplanung, Cross-/Up-Selling, Kündigungen etc.)

HolisticSegmentation



Auf holistisch integrierten Daten aufbauende Segmentierung

→ tiefe Einblicke in die Marktstruktur, direkte operative Umsetzung im Marketing

TextMiner



Automatisierte Analyse von Text oder Textinhalten

→ Reduzierung des Information Overload und Generierung geschäftskritischen Wissens durch die Analyse qualitativer Daten



- **Ganzheitliche Kundensegmentierung**, basierend auf integrierten Daten (z.B. Verhalten, Bedürfnisse und Einstellungen)
- Betrachtung der Kunden aus unterschiedlichen Perspektiven, z.B.:
 - **Kundenwert** → Welche Segmente sind für Sie lukrativ?
 - **Markenaffinität** → In welchen Segmenten haben Sie Rückenwind?
 - **Bedürfnisse** → Passt Ihre Value Proposition zu den Erwartungen?
- **Übertragung** der gefundenen Segmente **in die Kundendatenbank**



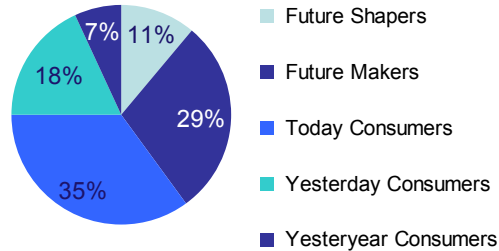
- Plastische **Segmentprofile** bilden für jedes Segment die zentralen Merkmale ab

Segment 1 – Statusorientierte Yuppies

Bedürfnisse

- + neueste Technologie
- + Individualität
- sozialorientiert
- + Online Einkäufer
- preissensitiv

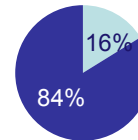
FutureView™ Profil



Wer sind sie?

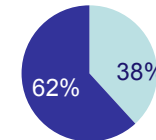
- durchschnittliches Alter (40,2), männlich (65%)
- einige haben Kinder
- arbeiten Vollzeit (59%), Management, hohes Einkommen
- mögen Autos, Musik, Golf und Städtrips
- starke Nutzung von Mobiltelefonen, sowohl geschäftlich als auch privat

Segmentgröße

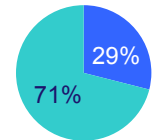


- 5,1 Mio. Kunden
- 16 % des Gesamtmarktes

Vertragstyp



Marktanteil



Wert

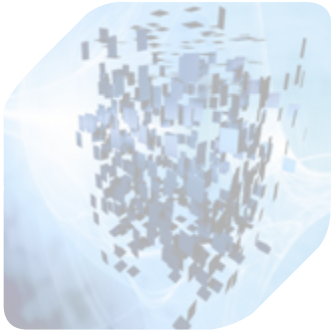
- Nutzer mit **hohem Wert** = 53%
- 18,4 € monatl. **Ausgaben/Person**
- 253 Mio. € mtl. **Umsatz/Segment**
- 30 % des Gesamtmarktvolumens**



TNS EX·A·MINE™ Portfolio

Für ein holistisches Kundenverständnis

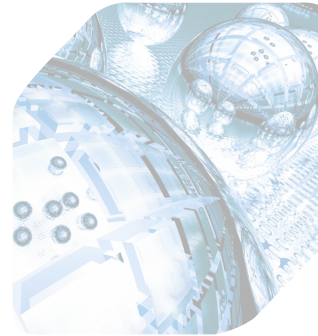
DataFusion



Intelligente Datenintegration

→ ganzheitliche (holistische) Kundensicht (z.B. von Transaktionsdaten bis hin zu Marktforschungsinformationen)

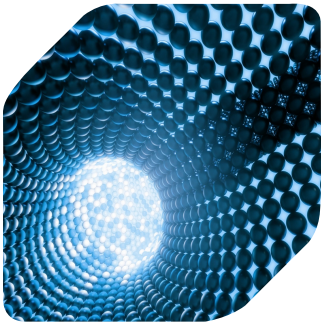
HolisticSegmentation



Auf holistisch integrierten Daten aufbauende Segmentierung

→ tiefe Einblicke in die Marktstruktur, direkte operative Umsetzung im Marketing

BehaviourForecast



Prognose, wie sich ein Kunde wahrscheinlich verhalten wird

→ Beantwortung zentraler Fragen des Kundenlebenszyklus (Kampagnenplanung, Cross-/Up-Selling, Kündigungen etc.)

TextMiner

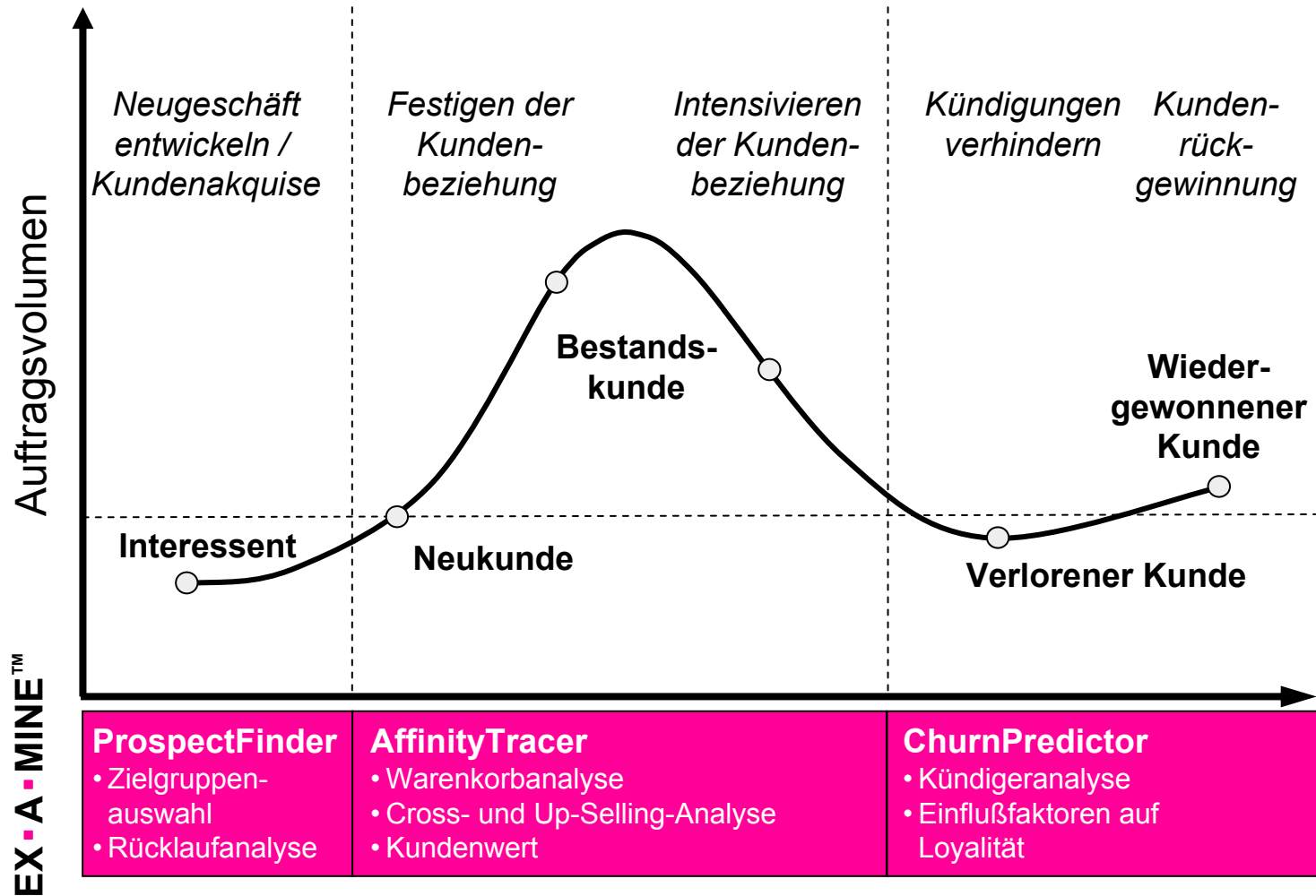
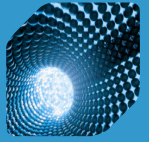


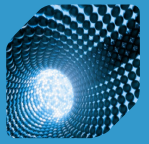
Automatisierte Analyse von Text oder Textinhalten

→ Reduzierung des Information Overload und Generierung geschäftskritischen Wissens durch die Analyse qualitativer Daten

TNS EX·A·MINE™ – BehaviourForecast

Analytisches CRM entlang des Kundenlebenszyklus





EX·A·MINE ProspectFinder

- **Ziel:** Kosteneffiziente Neukundengewinnung
- Welches ist das beste **Zielsegment** mit der höchsten Affinität zu meinem Angebot und potenziell profitablen Kunden?

Niedrigere Akquisitionskosten
durch gezielte
Neukundenansprache

EX·A·MINE AffinityTracer

- **Ziel:** Steigerung der Kundenprofitabilität
- Wer sind meine **profitabelsten Kunden** (Customer Lifetime Value)?
- Welche **Cross / Up-Selling** Aktionen sind erfolgversprechend?

Individuelle
Kundenansprache und
höhere Umsätze

EX·A·MINE ChurnPredictor

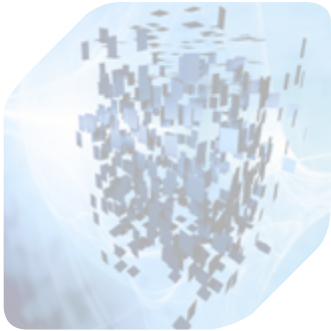
- **Ziel:** Vermeidung von Abwanderungen
- Was sind die entscheidenden Faktoren der **Kundenbindung**?
- Wie können „Abwanderer“ frühzeitig erkannt werden (**Churn Prediction**)?

Steigerung der Markenloyalität
Effizientere Durchführung von
Loyalitätsprogrammen

TNS EX·A·MINE™ Portfolio

Für ein holistisches Kundenverständnis

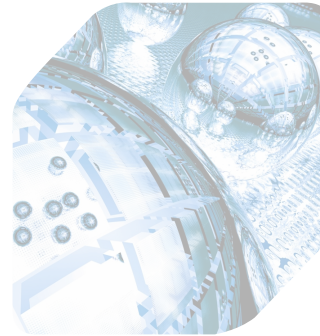
DataFusion



Intelligente Datenintegration

→ ganzheitliche (holistische) Kundensicht (z.B. von Transaktionsdaten bis hin zu Marktforschungsinformationen)

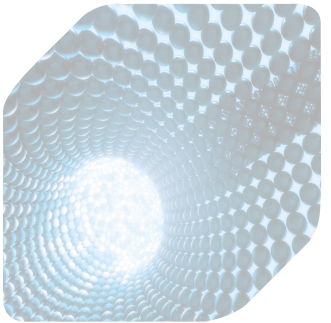
HolisticSegmentation



Auf holistisch integrierten Daten aufbauende Segmentierung

→ tiefe Einblicke in die Marktstruktur, direkte operative Umsetzung im Marketing

BehaviourForecast



Prognose, wie sich ein Kunde wahrscheinlich verhalten wird

→ Beantwortung zentraler Fragen des Kundenlebenszyklus (Kampagnenplanung, Cross-/Up-Selling, Kündigungen etc.)

TextMiner



Automatisierte Analyse von Text oder Textinhalten

→ Reduzierung des Information Overload und Generierung geschäftskritischen Wissens durch die Analyse qualitativer Daten



- In den letzten Jahren hat sich der Information Overload vervielfacht (netzbasierende Kommunikation, nahezu unbegrenzte Speicherkapazitäten, ...)
- Für Unternehmen wird es zunehmend schwieriger, relevante Informationen zu filtern
- Offene Antworten bei Befragungen: hoher Codierungsaufwand, keine systematische Quantifizierung
- ➔ **Lösung: automatisierte Inhaltsanalyse durch den EX·A·MINE TextMiner**
- EX·A·MINE TextMiner quantifiziert qualitative Daten mittels modernster Data Mining-Algorithmen
- Vielfältige explorative Datenanalysen und grafische Aufbereitung der Ergebnisse
- Gewonnene Erkenntnisse können mit Hilfe verschiedener multivariater Verfahren weiterverarbeitet werden, (z.B. Clusteranalysen, MDS, Mappings)
- ➔ **Generierung geschäftskritischen Wissens, das auch für das analytische CRM nutzbar wird**



■ Call Center Kontakte

- Welches sind die Hauptanliegen und -probleme der Kunden, wenn sie mit dem Call Center in Verbindung treten?
- Welche Beschwerden und welche Problemkonstellationen treten häufig gemeinsam auf?

■ Offene Antworten bei Befragungen

- Welche Sachverhalte bewerten die Probanden positiv, welche negativ?
- Welche Begriffe werden häufig in Kombination verwandt und welche lassen sich zu übergeordneten Kategorien zusammenfassen?

■ Analyse von Interviews und Dokumenten

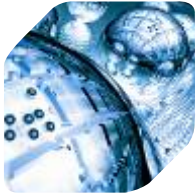
- Auf welche Themenkategorien lassen sich (auch längere) Texte / Dokumente / Interviews / Emails automatisiert zusammenfassen?

TNS EX·A·MINE™ im Überblick



- **Competence Centre** für Data Mining und Data Fusion von TNS Infratest

- Unterstützung aller TNS Marktgesellschaften in den Bereichen **Data Mining**, **Data Fusion** und **Holistic Segmentation** für analytisches CRM und Database Marketing



- **Hoch spezialisierte (Senior) Consultants** und (Senior) Data Analysts aus den Fachgebieten Wirtschaftswissenschaften, Statistik und EDV



- Langjährige **branchenübergreifende und internationale Projekterfahrung** mit komplexen Analysedesigns und Studienkonzepten

- Toolbox mit **state-of-the-art Verfahren** aus den Bereichen der klassischen multivariaten Statistik und des Data Mining



- Enge Kontakte zu Forschungseinrichtungen und Softwareindustrie; fortlaufende Anpassung der Methoden und Tools an den **aktuellen Stand der Forschung**

■ **Multivariate Statistik**

- Logistische, kategoriale, lineare Regression, EM-Algorithmus
- Multivariate Adaptive Regression Splines (MARS)
- Ridge Regression, Robust Regression
- Clusteranalyse, Latent Class Analyse

■ **Entscheidungsbäume/-regeln, maschinelles Lernen**

- C&RT, C5.0, QUEST, CHAID, Assoziationsregeln
- MART – Multiple Additive Regression Trees, Random Forest
- Nearest Neighbours / Instance based learning EX▪A▪MINE Profiler

■ **Künstliche Neuronale Netze**

- Cascade Correlation Learning Architecture, MLP, SOM

■ **Hybride Methoden**

- Automatisierte OLAP Navigation und Suche
- Genetische Algorithmen zur Variablenauswahl
- Neuro Fuzzy Algorithmen, interaktive Datenvisualisierung

