



Zielgruppensegmentierung am Beispiel Bertelsmann Buch Club

DER CLUB
BERTELSMANN

Vortrag Prudential Systems, 27.06.2002

Christian Emke

syskoplan AG

Bartholomäusweg 26

33334 Gütersloh

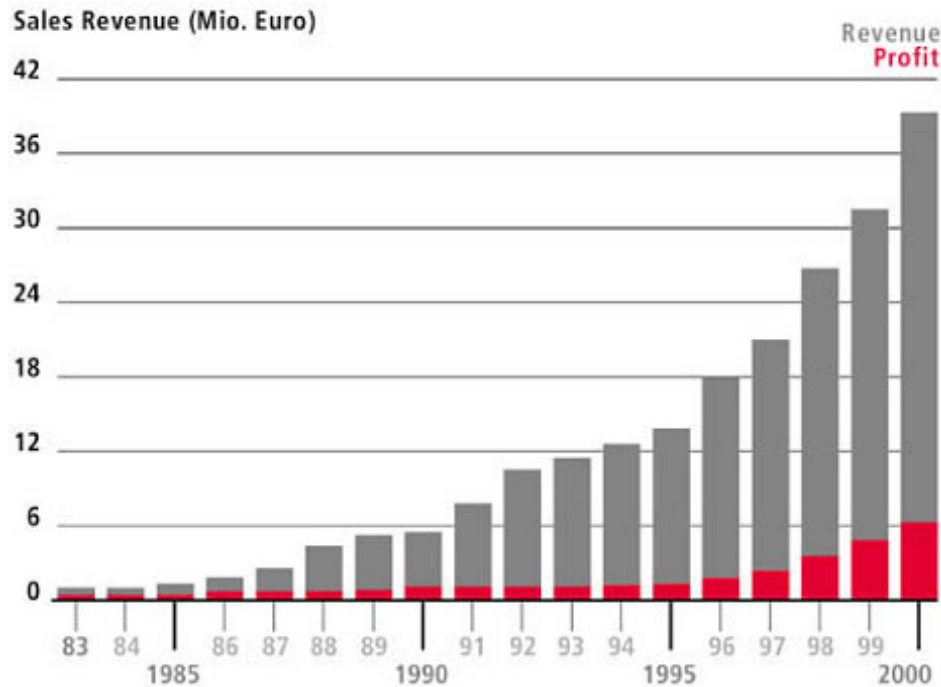
christian.emke@syskoplan.de



www.syskoplan.com



syskoplan AG - Facts and figures



Locations

syskoplan AG

Guetersloh
 Duesseldorf
 Hanover
 Munich
 Stuttgart

syskoplan Ltd.

Cork

syskoplan consulting inc.

Boston
 Chicago

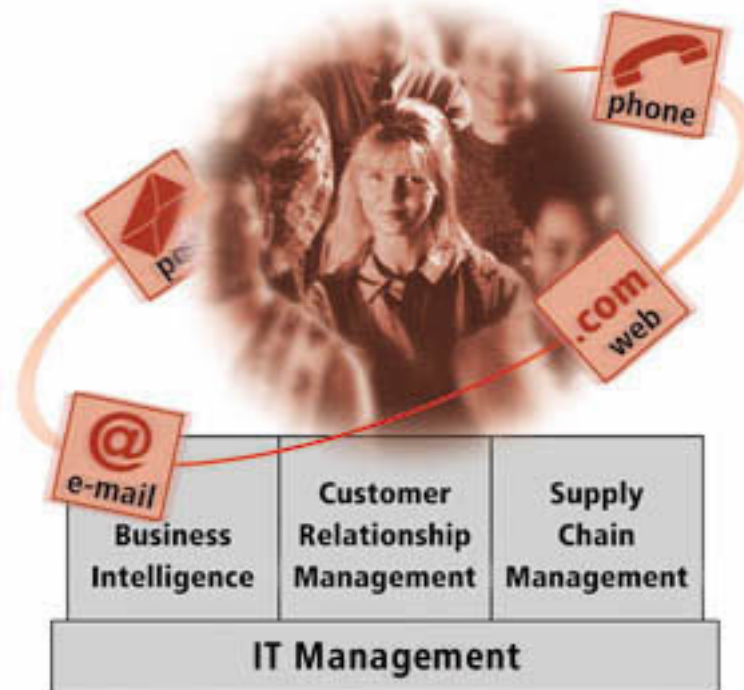
Foundation 1983

Employees 391 (as of 31.12.2001)

Sales revenue € 54 Mio. (US-GAAP 2001)

 syskoplan AG - Geschäftsfelder

The Number **1** for One-to-One



A red circle containing a white arrow pointing to the right.

syskoplan AG -Partnerships

- **mySAP.com Alliance Partner Service**
- **mySAP.com Development Partner**
- **Microsoft Certified Partner**
- **SAS Quality Partner**
- **Amadee AG**
- **Impress AG**
- **Gauss Interprise AG**
- **Bertelsmann media Systems**





syskoplan AG - International customers



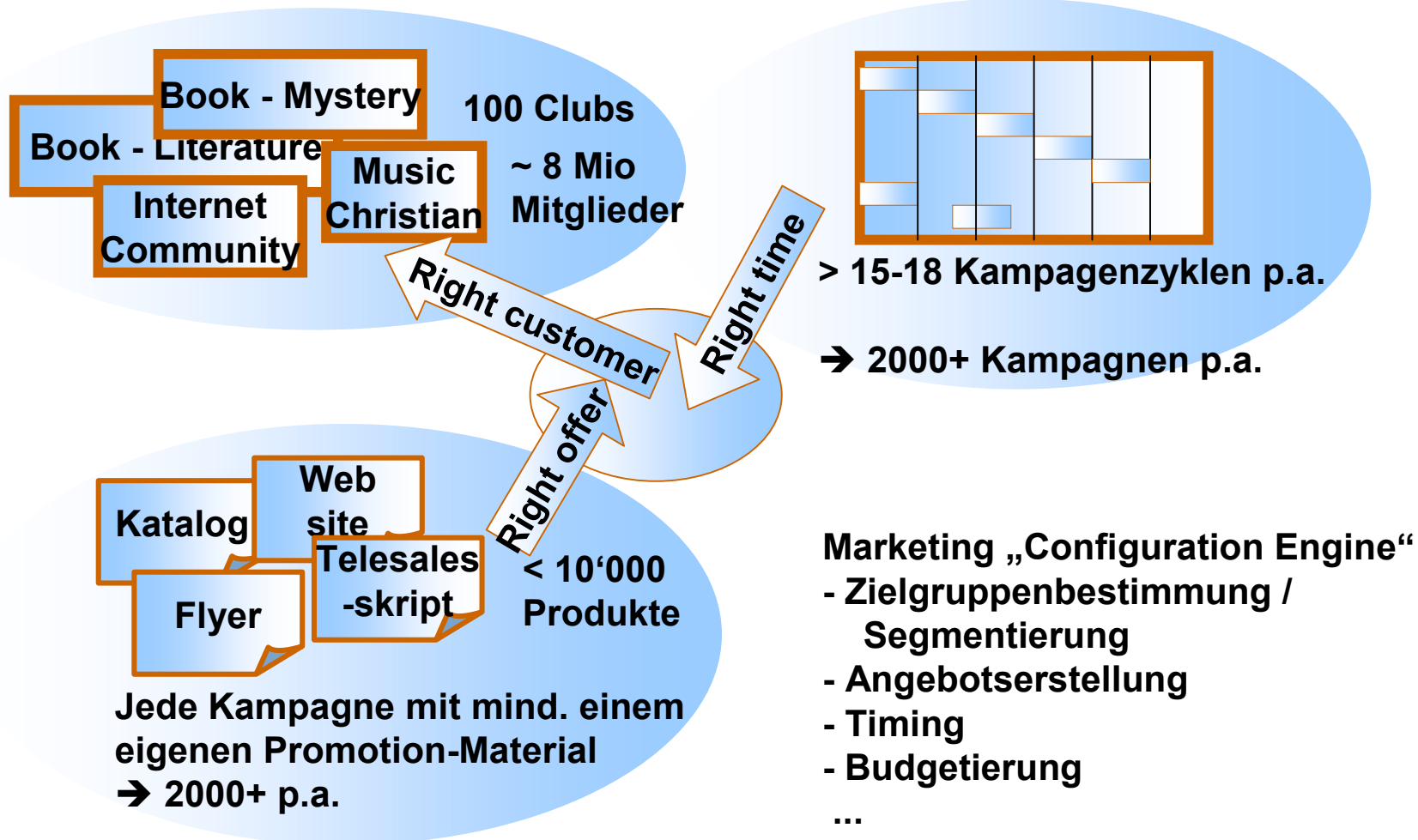
A red circular icon containing a white right-pointing arrow.

The challenge of the club business

- Club Business
 - > 25 Mio. members
 - > 4 Mrd DM revenue / year
 - peaks of 400.000 orders / hour
- Goals
 - Increasing customer satisfaction (Lifecycle)
 - More members and increasing revenue / member
 - reduction of operating costs
- New Sales und Marketing approach
 - Continuation of the traditional club business with and without purchase-obligation
 - New sales channels (Retail, Online Stores, etc.)
 - Segmentation and 1:1 Marketing
 - „Customer and Lifecycle View” - one view to all channels and relationships
 - Service Level, Service Productivity - rule-based Business control



Komplexität Club-Geschäft am Bsp. der USA





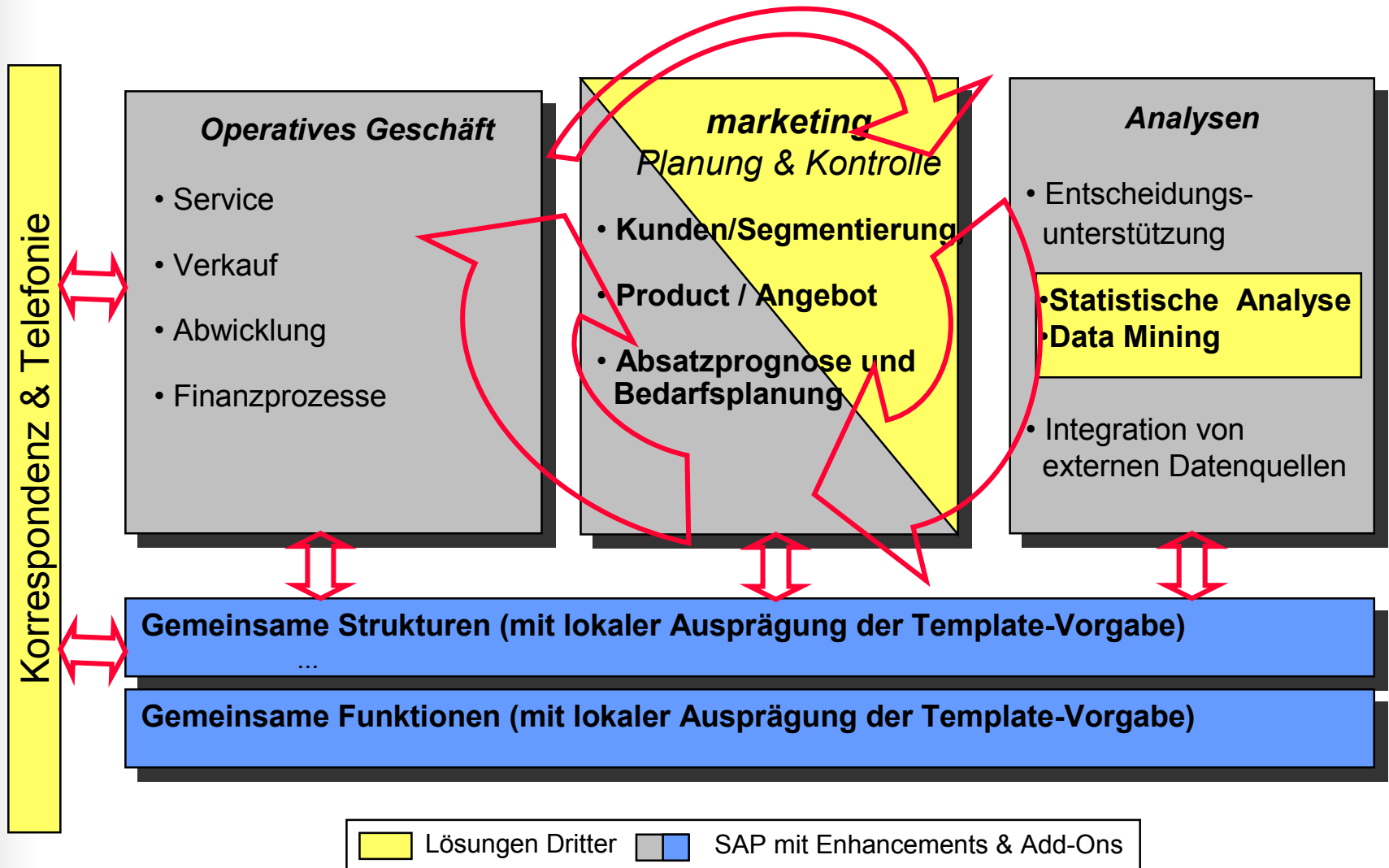
Kampagnenaufbau - Beispiel Katalog

- Kampagne (= Katalog)
 - Programm1 = Hauptkatalog
 - Produkt1
 - Produkt2
 - ...
 - Programm2 (= Flyer1 innerhalb des Katalogs)
 - Produkt 7
 - Produkt 8
 - Programm3 (= Flyer2 innerhalb des Katalogs)
 - Produkt 11
 - Produkt 12
 - Produkt 27
 - ...

Welches Mitglied bekommt einen Katalog mit welchen Flyern ?

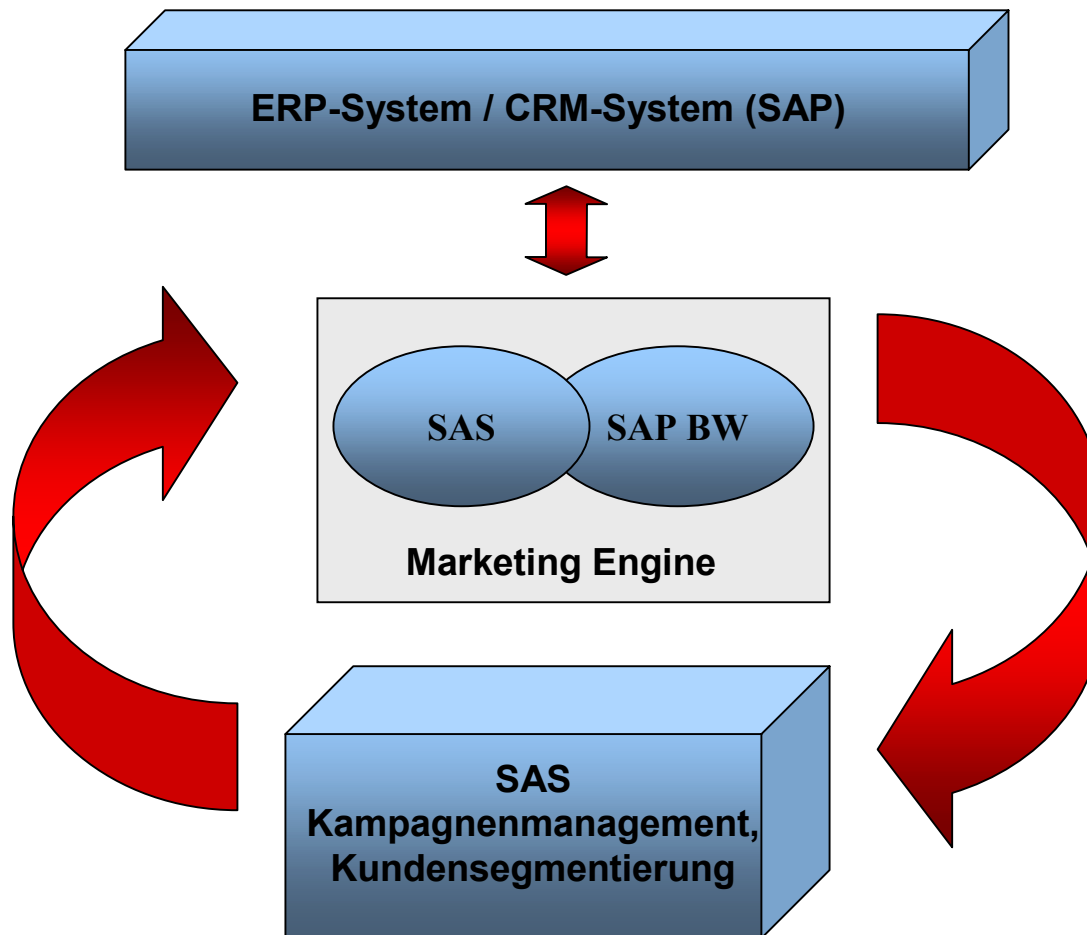


Closed Loop Business Architecture



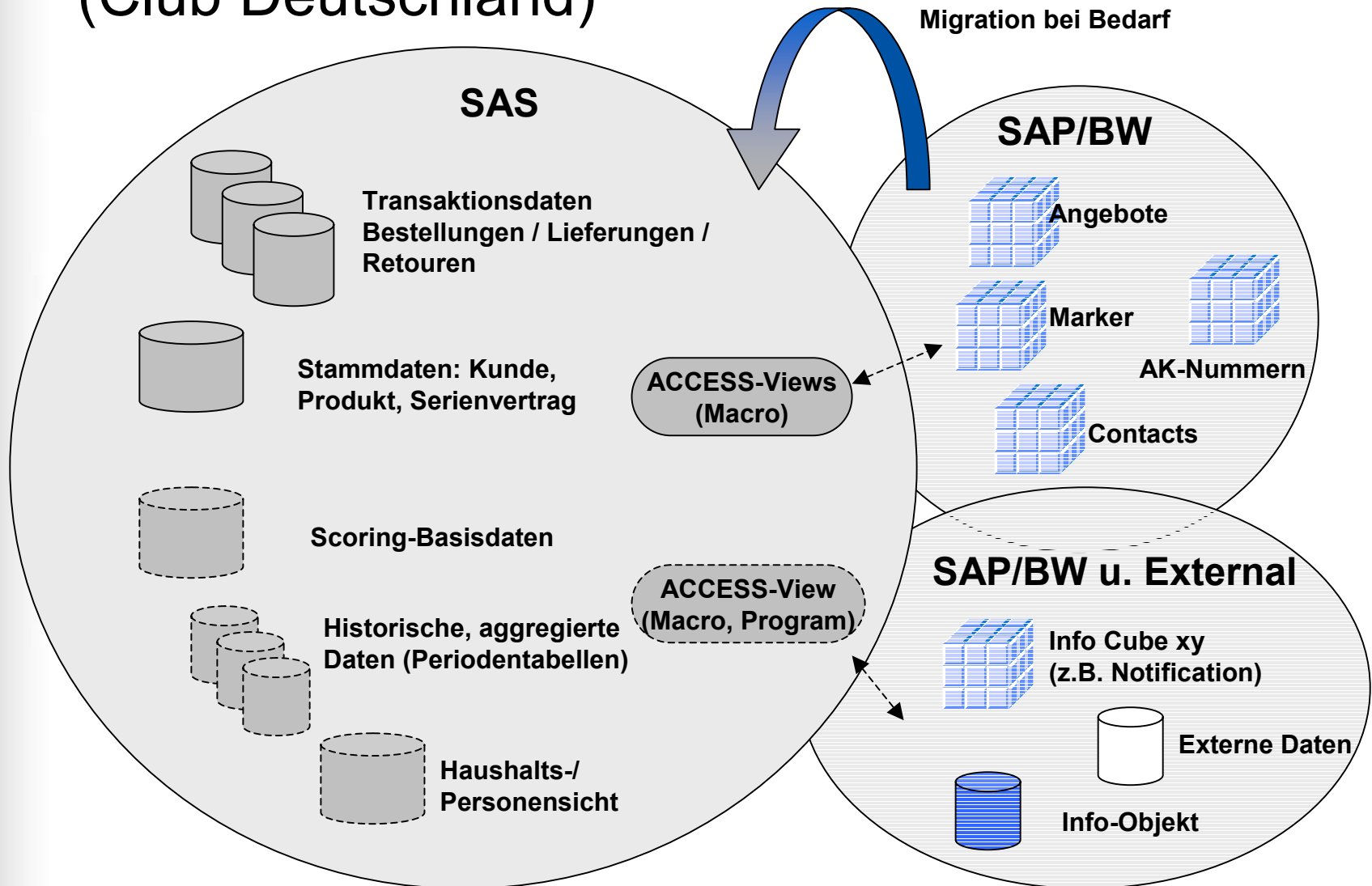


Closed Loop IT-Architecture





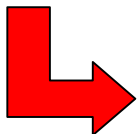
Marketing Engine: Integriertes Datenmodell (Club Deutschland)





Marketing Engine: Characteristics (Club Deutschland)

- Transparent Marketing View
- 6 Mio members, 140 Mio Orders
- Time horizon = 2 year history (9 periods)
- 2000 Input attributes per member
- 100.000 Master Data updates per day
- 300.000 - 1 Mio. Transaction Data updates per day
- Online ACCESS to large SAP Info Cubes
- Daily Refresh of all Data



Base for Modelling, Scoring and Segmentation



Verfahren / Tools (Club Deutschland)

- SAS- Funktionalität
 - Base-Programmierung mit STAT-Procedures
 - Macro-Programmierung zur Automatisierung
- Scorekarten (=Ergebnis eines Mining-Prozesses)
 - Regressionsanalysen automatisiert über SAS-Macros
 - Umsetzung der Ergebnis-Formel in SAS-Code
 - Verwendung in SAS-Programmabläufen
- Verwendung von Ablauf-Templates
- Einsatz SAS SPD Server
- Einsatz SAS Access To Oracle
- Alternativ: Einsatz von SAS Enterprise Guide
- Alternativ: Einsatz von SAS Enterprise Miner

 Beispiel einer Scorekarte (Club Deutschland)

$$\begin{aligned} & (1 \leq \text{FAKINDER} < 41) * (15) \\ + & (\text{HJ12CC} < 1) * (19) \\ + & (2 \leq \text{F_KULTUR}) * (19) \\ + & (4 \leq \text{J1NATUR}) * (-37) \\ + & (\text{JAHRHVR} < 2) * (41) \\ & \dots \\ + & 254 \\ = & \text{Scorewert} \end{aligned}$$

FAKINDER: Faktoranteil Kinder in den letzten 2 Jahren

HJ12CC: Anzahl Filialkäufe in den letzten 2 Jahren

F_KULTUR: Anzahl Käufe in der Produktpalette Kultur in den letzten 2 Jahren

J1NATUR: Anzahl Käufe in der Produktpalette Natur im letzten Jahr

JAHRHVR: Retouren im lfd. Jahr



Charakteristika - Weihnachtskampagne

- 16 unterschiedliche Datenquellen
- Dynamische Berechnung von Scorewerten
- Definition von mehreren Testgruppen, die keinen Katalog/Flyer bekommen bzw. ein anderes Angebot erhalten
- Dublettenabgleich
- Haushaltssicht
- Bis zu sechs Programmen (=Hauptkatalog und fünf Spezial-Beilagen)
- 10 Zielgruppen mit unterschiedlichem Angebot



Systemumgebung (Club Deutschland)

