

Pressemitteilung

Telenor und DYMATRIX: Mobilfunk, analytisch vermarktet

Telenor verbessert Relevanz der Kommunikation mit seinen Kunden und DYMATRIX untermauert Internationalisierungsstrategie

Stuttgart, 17. März 2015 – Mit Hilfe von DynaMine, der selbstlernenden Customer Advanced Analytics Lösung von DYMATRIX, optimiert Telenor Serbien sein Marketing für unterschiedliche Kanäle, u.a. Telesales und SMS und schafft dadurch neue Perspektiven im Kundendialog. Die norwegische Telenor Group ist mit 185 Millionen Mobilfunkteilnehmern in 13 Ländern einer der führenden Mobilfunkbetreiber weltweit. Next Best Offer als Funktion von DynaMine ist ein wesentlicher Baustein, um in Serbien den europäischen Analytik Hub der Unternehmensgruppe zu etablieren.

Im Rahmen eines Pilotprojekts in Serbien wurden zunächst unterschiedliche Modelle, sogenannte Kaufwahrscheinlichkeits-Scores für bestimmte Produkte entwickelt und zusammen mit vordefinierten Business Rules zur Berechnung der Next Best Offer Rankings verwendet.

Ein Testlauf über alle Kampagnen für den SMS-Kanal überzeugt mit einem 28-prozentigen Uplift im Vergleich zur Zielgruppen-Selektion vor DynaMine. Telenor Serbien ist damit in Zukunft in der Lage Next Best Offer Rankings automatisiert zu erstellen und für eine gezielte Kundenkommunikation zu nutzen. Die richtigen Produkte werden den Kunden zum richtigen Zeitpunkt angeboten.

„Die Zusammenarbeit mit DYMATRIX ermöglicht uns, unseren Kunden, auf Basis vollständiger Kunden-Erkenntnissen und -Analysen, personalisierte und relevante Produkte anzubieten“, so Arslan Javed, Director Customer Value Management & Analytics von Telenor. Die DYMATRIX-Lösung hat das Unternehmen in jeder Hinsicht überzeugt: „DYMATRIX verfügt über eine einmalige analytische Herangehensweise und überzeugt durch eine vollständige

automatisierte Lösung für Data Mining Modelle sowie die maximale Steigerung der Prognosequalität.“

Stefan Weingärtner, verantwortlicher Geschäftsführer für Big Data & Analytik bei DYMATRIX, stellt fest: „Wir freuen uns sehr über die erfolgreiche Zusammenarbeit mit Telenor, einem der Top globalen Unternehmen. Die Implementierung der Next Best Offer Funktion kann künftig auf weitere Geschäftseinheiten der europäischen Länder übertragen werden. Wir haben somit die Grundlage für eine verbesserte Relevanz der Kundenkommunikation innerhalb der Telenor Gruppe geschaffen.“

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.368

Bei Veröffentlichung freuen wir uns über ein Belegexemplar

Über DYMATRIX

Die DYMATRIX CONSULTING GROUP GmbH ist einer der führenden deutschen Lösungsanbieter für die Themen **Customer Analytics, Marketing Automation, Personalized Recommendations** und **Kampagnenmanagement**. Der Fokus liegt dabei auf dem Auf- und Ausbau von Kundenwissen als Basis für erfolgreiche Unternehmenssteuerung und effizientes Marketing. Die Analytiker der DYMATRIX verfügen über branchenübergreifendes Know-how aus über 950 Projekten im Mittelstand und bei DAX-notierten Großunternehmen, bei Spezialanbietern sowie Marktführern.

Die Softwarelösung **Customer Insight Suite** basiert auf den jahrelangen Erfahrungen der DYMATRIX in diesem Themenumfeld. Mit ihr können Unternehmen ihre Kunden/ Interessenten mit individualisierten Angeboten kanalübergreifend ansprechen. Sie können dadurch passende und inhaltlich relevante Botschaften und Angebote zum passenden Zeitpunkt, und damit auch in Echtzeit, über alle In- und Outbound-Kanäle anbieten. Basis bildet die integrierte Web- und Kundenanalyse, welche auf dem **historischen und gegenwärtigen Kundenverhalten** aufbaut.

Mehr Informationen unter www.dymatrix.de

Pressekontakt:

Franziska Pürner

Telefon: +49 711 22 007 88-69

Telefax: +49 711 22 007 88-88

E-Mail: f.puerner@dymatrix.de