



act on facts

Data Mining Studie 2011

Praxistest & Benchmarking

Zusammenfassung

Data Mining Studie 2011: Praxistest & Benchmarking

Wettbewerbsvorteil Datenanalysen

In vielen Branchen gewinnen analytische Anwendungen zunehmend an Bedeutung. Zusätzlich zu Standardauswertungen bieten hier vor allem Data-Mining-Analysen hohe Potenziale, aus vorhandenen Datenbeständen wertvolle Erkenntnisse abzuleiten:

Data Mining arbeitet in einem größeren Suchraum deutlich explorativer und kann so neue Sachverhalte viel effizienter aufdecken. Zum anderen ermöglichen leistungsfähige Prognoseverfahren einen Blick in die Zukunft („welche Kunden werden voraussichtlich auf welche Aktion positiv reagieren?“).

Testscenario: Kundensegmentierung im Customer Relationship Analytics (CRA)

Die diesjährige Ausgabe der mayato Data Mining Studie vergleicht aktuelle Data-Mining-Tools in einem umfangreichen Praxistest (Szenario Kundensegmentierung): Ein typischer Finanzdienstleister möchte zur operativen Nutzung und als Informationsgrundlage für strategische Entscheidungen seinen Kundenstamm in Segmente unterteilen.

Zum einen besteht der strategische Wert der Segmentierung darin, dass die Clustereinteilungen einen Abgleich zwischen der strategischen Ausrichtung der Bank und der Charakteristik aktueller Kunden erlauben. Und zum anderen sollen auch Neukunden in die bestehende Segmentierung eingeordnet werden.

Anhand dieser Fallstudie wird der gesamte Data-Mining-Prozess durchlaufen. Ein derart aufwändiges Testverfahren liefert wertvolle praxisrelevante Fakten und Erkenntnisse im direkten Vergleich, die nicht aus den Produktbeschreibungen der Toolhersteller hervorgehen.

Zahlreiche Tipps etwa zum Vorgehen oder zur praktischen Nutzung des gewonnenen Wissens für CRM-Prozesse machen die Studie darüber hinaus zu einem idealen Ratgeber in CRM- oder Data-Mining-Projekten.

Grundtypen von Data-Mining-Software

Folgende Data-Mining-Tools wurden getestet:

- › SAS Enterprise Miner 6.2
- › StatSoft STATISTICA Data Miner 10
- › WEKA 3.6.3
- › SAP BW 7 (Data Mining Workbench)

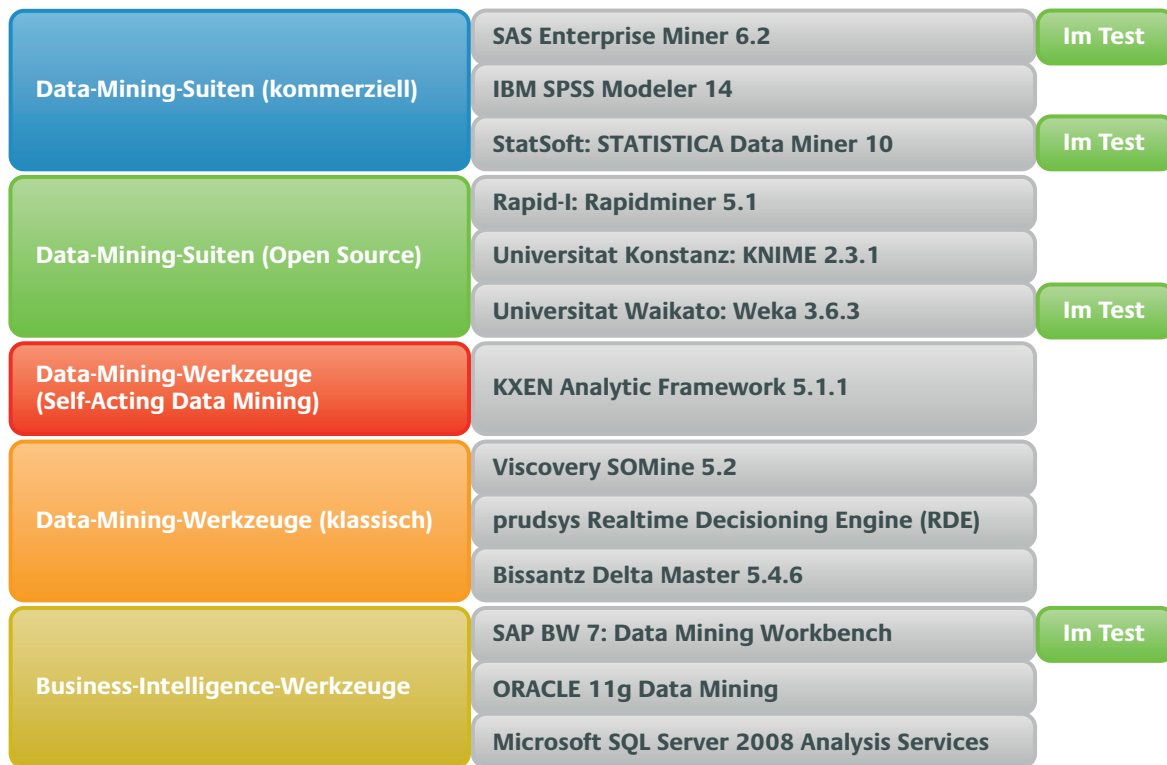
Die Bewertung umfasst bewusst Data-Mining-Produkte aus gänzlich unterschiedlichen Toolkategorien (siehe Abb. 1): Die klassische Data-Mining-Suite findet sich ebenso im Testfeld wie das spezialisierte, schlanke Data-Mining-Werkzeug oder die Open-Source-Variante.

Große Unterschiede im Praxistest

Im Praxistest offenbaren sich schnell die Stärken und Schwächen der jeweiligen Tools: Den höchsten Reifegrad erreichen der „SAS Enterprise Miner“ und der „STATISTICA Data Miner“. Sie sind flüssig zu bedienen und leisten sich im gesamten Test keine echte Schwäche.

Mit bereits deutlichem Abstand folgt das SAP BW: Es bietet ein nur rudimentär parametrisierbares Segmentierungsverfahren an, das zudem mit erhöhten Ausführungszeiten auffällt. Überzeugen kann hingegen die grafische Darstellung der Ergebnisse.

WEKA wird von dem 270.000 Zeilen umfassenden Testdatensatz spürbar am meisten gefordert, was sich in hohen Ausführungszeiten niederschlägt. Auch ist die Systemstabilität für den professionellen Einsatz noch nicht als ausreichend zu werten.



[Abb. 1]: Taxonomie aktueller Data-Mining-Lösungen

Fazit: Neue Bedienkonzepte erleichtern den Einstieg ins Data Mining

Insgesamt zeigen sich jedoch insbesondere bei den Bedienkonzepten und der komfortablen Ergebnisauswertung spürbare Fortschritte: SAS bietet etwa mit dem „Rapid Predictive Modeler“ eine Data-Mining-Umgebung mit sinnvoll begrenzten Parametrisierungsoptionen an; im „Data Miner“ von StatSoft kann man bereits seit der letzten Version in den Assistentenmodus umschalten, der vorgefertigte „Data-Mining-Rezepte“ für Standardaufgaben bereitstellt.

Derartige Hilfen sind besonders bei erweiterten Analyseszenarien von Nutzen – im vorliegenden Fall etwa, wenn nach der Segmentierung des Kundenstamms auch Neukunden in bestehende Segmentierungen eingeordnet werden. Dank dieser Toolunterstützung werden auch komplexere Analysen wie Kundensegmentierungen für Einsteiger zugänglich.

Peter Neckel, Analyst und Leiter der Studie beim Analysten- und Beratungshaus mayato.

→ Hinweis

Die vollständige Studie können Sie zum Preis von 299 € käuflich erwerben. (99.- € für Studenten und Hochschulen)

Im Internet unter www.mayato.com bzw. per Email an sales@mayato.com.

Kontakt:

mayato GmbH
Am Borsigturm 9
D-13507 Berlin
www.mayato.com

Georg Heeren

Tel. +49 171 481.8877
georg.heeren@mayato.com

