



PRESSEMITTEILUNG

Advanced Analytics senken Kreditabschlusskosten signifikant

mayato entwickelte für eine führende deutsche Direktbank ein Zwei-Stufen-Modell zur Zielgruppen-Selektion für ein Konsumentenkredit-Mailing. Mit großem Erfolg: Die Abschlusszahlen lagen erheblich höher.

Berlin, 29.8.2017 – Wie sich Data Mining erfolgreich zur effizienten Durchführung von Marketingkampagnen nutzen lässt, zeigt jetzt ein Projekt der mayato GmbH. Die BI-Unternehmensberatung führte im Vorfeld eines Mailings zur Bewerbung von Kreditangeboten eine Reagierer- und Angebots-Prognose durch. Die Kredit-Abschlusszahlen lagen anschließend deutlich höher als bei vergleichbaren Direktmarketing-Aktionen. Der Auftraggeber, eine führende deutsche Direktbank, sparte mehr als 50 Prozent der Abschlusskosten.

Die gezielte Ansprache von Bestandskunden in Mailings stellt für Direktbanken einen wesentlichen Vertriebskanal dar. Gerade bei postalischem Versand entstehen allerdings hohe Kosten. Zusätzlich empfinden die Kunden nicht-zielgruppengerechtes Marketing als Spam und fühlen sich belästigt. Interessierte Kunden vorab zu identifizieren, spart Kosten und gewährleistet gleichzeitig eine höhere Kundenzufriedenheit. mayato entwickelte dazu basierend auf historischen Kundendaten ein Zwei-Stufen-Modell, das zunächst die Reagierer-Wahrscheinlichkeit und anschließend die Affinität für ein bestimmtes Produkt ermittelt. Die Data Scientists nutzen dafür klassische Data Mining-Algorithmen wie Random Forest, Regressionsverfahren oder neuronale Netze zur Modellierung.

Wer sich über die Lösung im Detail informieren möchte, kann sich die Success Story unter https://www.mayato.com/wp-content/uploads/2017/07/2017_07_Case-Study_Customer-Analytics-Konsumentenkreditmailings_DE.pdf herunterladen.

(1.380 Zeichen)

Weitere Informationen:

<https://www.mayato.com/customer-analytics/>

Jobangebote

<http://www.mayato.com/karriere/stellenangebote/im-studium/>

Fair Company 2016

<http://www.faircompany.de/unternehmen/profil/c/mayato-gmbh/>

Über mayato

[mayato](#) ist spezialisiert auf Business Analytics. Von den Standorten Berlin, Bielefeld, Mannheim und Wien aus arbeitet ein Team von erfahrenen Prozess- und Technologieberatern an Lösungen für Customer Analytics, Industry Analytics, IT Operations Analytics und Financial Analytics. Analysten und Data Scientists von mayato nutzen diese Lösungen für die Ermittlung relevanter Zusammenhänge in Small und Big Data und für die Prognose zukünftiger Trends und Ereignisse. Zu den Kunden von mayato zählen namhafte Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen. Als Partner mehrerer Softwareanbieter ist mayato grundsätzlich der Neutralität und in erster Linie der Qualität seiner eigenen Dienstleistungen verpflichtet. Nähere Infos unter www.mayato.com

Social Media

Xing: <http://www.xing.com/companies/mayato>

Facebook: <http://www.facebook.com/mayato.de>

LinkedIn: <http://www.linkedin.com/company/mayato>

Google+: <https://plus.google.com/+Mayato/posts>

YouTube: https://www.youtube.com/channel/UCGXxT0G09I_Lkd_zazmp7oA

Newsletter: <http://mayato.com/news/newsletter-abonnieren>

Pressekontakt:

mayato GmbH

L14 16/17

68161 Mannheim

Katja Pétilion

Tel. +49 170 459 5297

katja.petillon@mayato.com

claro! Text und PR

Dagmar Ecker

Allmannspforte 5

D-68649 Groß-Rohrheim

Tel. +49 6245 90 67 92

de@claro-pr.de