



REFERENZ

freenet AG

Big Data in Aktion. Mehr Kunden im Stamm.

Projektfeld

Mobilfunk ist ein Medium. Digitales Leben ist mehr: Es umfasst Emotion, Kultur, individuelle Einstellungen und, wenn man so will, auch eine Philosophie. In diesem Sinne positioniert sich die freenet Group auch als Digital-Lifestyle-Provider. Der größte netzunabhängige Anbieter von Mobilfunkleistungen in Deutschland will so seine rund 12 Millionen Kunden mit innovativen digitalen Anwendungen und Produkten möglichst nachhaltig begeistern. Unter eigenem Namen vermarktet freenet dazu Dienstleistungen diverser Mobilfunknetzbetreiber sowie mit Angeboten wie u.a. freenet TV auch den Zugang zum Fernsehen der Zukunft. Mit rund 600 eigenen Ladengeschäften und mehr als 6.000 weiteren Vertriebsstellen verfügt die freenet Group zudem über die größte netzunabhängige Vertriebsplattform für Mobilfunkprodukte in Deutschland. Den Fokus bei der Vermarktung legt das Unternehmen vor allem aufs Endkundengeschäft mit Privathaushalten. Eine Besonderheit hier: Diese Zielgruppe ist ausgesprochen volatil und enorm heterogen, was für die Sicherung von langjährigen Kundenbindungen oft große Herausforderungen mit sich bringt. Nun war man sich bei freenet aber auch bewusst, dass diesbezüglich im Datenfundus des Konzerns jede Menge an ungenutztem Potential steckt. Zeit also, diesen „Schatz“ effektiv zu kapitalisieren! Zusammen mit den Analytics & Data-Profis von Axians wurden somit ab 2015

die entsprechenden Möglichkeiten von Big Data eruiert, um daraus konkrete Business Cases zu entwickeln.

Projektanforderungen & Projektziele

Ein Vorteil ist, dass Daten, anders als etwa Ölquellen, niemals versiegen. Daten sind quasi nachwachsender Rohstoff. Und schon aufgrund ihrer schier Masse können sie helfen, die Welt in ihrer Komplexität zu verstehen. Allerdings nur dann, wenn man selbst versteht, die dort immanenten Korrelationen für sich richtig zu deuten. Entscheidend beim Projekt für die freenet Group war, auf Basis aller verfügbaren Daten die zentralen Geschäftsprozesse zu messen, das Angebot weiterzuentwickeln und wo auch immer sich zeigende Auffälligkeiten zu erklären. Kurz gesagt: es ging um die Übersetzung von Daten in Handlungsempfehlungen – mit dem Ziel der möglichst hohen Individualisierung von Kundenansprache und Angeboten. Für das Konzept von Axians stellte diese Vorgabe eine ganze Reihe an Anforderungen auf die Agenda. So speisten sich die relevanten Daten u.a. aus Text, Multimedia-Dateien und diversen weiteren Quellen. Die Analysen verlangten außerdem neben Schnelligkeit und hoher Agilität auch eine allgemein und schnell verständliche Darstellungsform. Dazu kommt die strikte Beachtung der Datenschutzbestimmungen. Und nicht zuletzt muss so eine Innovation, die der gesamten Unternehmensgruppe

AUFGABE / ZIEL

- Auf Basis aller verfügbaren Daten die Geschäftsprozesse messen, weiterentwickeln und Auffälligkeiten erklären
- Schnellere und exaktere Analysen in Bezug auf sehr große Datenmengen
- Übersetzung der Daten in Handlungsempfehlungen
- Individualisierung von Kundenansprache und Produkten

LÖSUNG

- Aufbau einer analytischen Infrastruktur mit Spark- & Hadoop-Cluster sowie analytischen Servern basierend auf R/Python mit browserbasierten Frontends
- Einführung des „Data Storytelling“ mit interaktiven Markdown-Dokumenten (HTML)
- Anreicherung der Kundendaten um unstrukturierte Informationen (Kundenanschriften, Anfragen, Beschwerden, etc.)
- Modellierung von Prognosen zur Kundenbewegung (Churn Prediction)

NUTZEN

- Signifikante Reduktion der Kündigungsraten
- Signifikante Senkung der Wartezeit im Call Center
- Komfortabler Datendurchblick (dank Analyse-Cockpit) bis hin zu Einzelaktionen
- Starke Integration und Akzeptanz durchs ganze Unternehmen – vom Vorstand bis ins Marketing

REFERENZ

freenet AG

mehr Handlungsoptionen, mehr Transparenz und letztlich auch mehr Ideenpotenzial liefern soll, von allen potentiellen Nutzern auch akzeptiert bzw. praktiziert werden.

Umsetzung

Axians schuf in Zusammenarbeit mit Dell EMC2 und Pivotal für freenet zum einen die Plattform für Ad-hoc Analysen zu Fragestellungen aus dem täglichen Geschäft, zum anderen ein effizientes Tool für Scorewert-Berechnungen zur Vorhersage des Kundenverhaltens bzw. einer kundenspezifischen Optimierung des Marketings. Die Basis dafür bildete der Aufbau einer analytischen Infrastruktur mit Spark- und Hadoop-Cluster, sowie analytischen Servern basierend auf R/Python mit browserbasierten Frontends. Auf Basis dieses Systems erfolgt eine Modellierung von Kundenverhalten, beispielsweise zu Churn, Upselling-Potential und Kundenbedürfnissen, sowie eine Kategorisierung von unstrukturierten Kundenschreiben. Analyse-Ergebnisse werden im Rahmen eines „Data Storytelling“ mit interaktiven und jederzeit aktualisierten Daten sowie reproduzierbaren Markdown-Dokumenten den Adressaten nähergebracht. Den beteiligten Fachabteilungen wird auf Basis von flexiblen Analyse-Cockpits ein einfach zu bedienender direkter Zugriff auf nach eigenen Vorgaben dynamisch aggregierten und graphisch aufbereiteten Massendaten zur Verfügung gestellt. Diese dienen als Basis für Analysen in den Fachbereichen und treiben das datengetriebene Denken und Entscheiden im Unternehmen voran. Die große Stärke ist hier neben der einfachen Bedienbarkeit und großen Geschwindigkeit die freie Kombinierbarkeit von Schnittstellen, Verknüpfung und Verarbeitung von Daten sowie der graphischen Aufbereitung und Darstellung unter einem dynamischen Webframework mit abgestuften Zugriffsrechten.

Projektergebnis

Einer der besten Effekte ist sicher die täglich stärkere Integration der Lösung ins ganze Unternehmen: Frische Ideen auf der Basis neuer Aspekte kommen nun vom Vorstand bis zur Marketingabteilung auf den Tisch, ins Gespräch und zur Umsetzung. Dr. Florian Johannsen, Teamleiter Analysen und Data Mining, bei der mobilcom-debitel zieht dazu sein Resümee wie folgt: „Mit diesem Projekt macht die freenet Group einen wegweisenden Schritt hin zur Data-Driven Company. Wir sind jetzt in der Lage spontane Datenlieferungen von mehreren 100GB innerhalb kürzester Zeit mit bestehenden Datenquellen zu verknüpfen und zu analysieren. Dies ist natürlich nur aufgrund der guten Anbindung an unsere bestehende Infrastruktur (z.B. DWH) möglich. Mit Axians haben wir dafür das ideale Team an der Seite. Vom ersten PoC über die begleitende Kommunikation und Präsentation bis zur engagierten Umsetzung in der Praxis – diese professionelle Zusammenarbeit auf Augenhöhe macht einfach Spaß! Und nicht nur unsere Daten wurden in Business Cases übersetzt – auch Axians selbst war ein exzellenter Übersetzer unserer Ambitionen gegenüber den eingesetzten Herstellern, wie etwa Dell EMC2 und Pivotal. Damit ist dieses Konzept perfekt auf unsere Ansprüche zugeschnitten: Die Tools sind maximal kollaborativ für optimales Teamwork und sämtliche Systeme sind eng verzahnt. Konkret planen wir nun baldmöglichst die kundenindividuellen Ansprachen auf allen Ebenen auszuweiten, flankiert von einer Modellierung der Werbeausgaben in Korrelation mit der ganzheitlichen Betrachtung von Kundentransaktionen.“ Klingt alles im allem bereits heute nach einem guten Weg in die digitalisierte Zukunft. Denn wie gesagt: der Rohstoff für Erfolgskonzepte geht bei Big Data garantiert nicht zur Neige.

KUNDENINFO

freenet GROUP

Unternehmen: freenet AG

Branche: Telekommunikation

Sitz: Büdelsdorf

Gründung: 1999 | 2005 Freenet AG

Dimension: Größter netzunabhängiger Telekommunikationsanbieter Deutschlands mit rund 12 Millionen Kunden. Die Gruppe hat 11 Standorte mit insgesamt rund 4.400 Mitarbeitern. Dazu kommen über 550 mobilcom-debitel Shops und 41 Gravis Stores.

Internet: www.freenet-group.de

ÜBER AXIANS

Axians in Deutschland ist ein agiles Unternehmensnetzwerk aus spezialisierten ICT-Dienstleistern und Softwareherstellern unter der globalen ICT-Marke Axians der VINCI ENERGIES. Durch eine flächendeckende Präsenz in 25 Städten existiert eine unmittelbare Nähe zum Kunden. Das Netzwerk begleitet seine Kunden – privatwirtschaftliche Unternehmen, kommunale Verwaltungen, öffentliche Einrichtungen, Netzbetreiber und Service Provider – während der gesamten ICT-Prozesskette. Die Kernkompetenzen aus IT-Lösungen, IT-Sicherheit, Netzwerkinfrastruktur und Netztechnik werden durch eigene Branchensoftware ergänzt und unterstützen den Kunden bei allen Anforderungen der Core-ICT und der digitalen Transformation. Durch die Kombination aus Beratung, Implementierung, Service und Betrieb können Kunden Technologien und Applikationen genau nach Bedarf nutzen, Prozesse optimieren und ihre digitalen Geschäftsstrategien zukunftssicher umsetzen. Mit 1.850 Spezialisten stellt Axians in Deutschland für jede Herausforderung eine individuelle Lösung mit dem besten Team aus dem Netzwerk bereit.

ANSPRECHPARTNER

Philipp Ripkens (Solution Manager, Axians) · E-Mail: info-itsolutions@axians.de · Tel.: +49 89 4567858-0

Dr. Florian Johannsen (Teamleiter Analysen und Data Mining, mobilcom-debitel GmbH)

axians.de

Stand 03/18