



## Customer Analytics Trends 2021

Vorausschauend, automatisiert,  
vernetzt und in Echtzeit

Viele Unternehmen haben den Wert von Daten längst erkannt und damit begonnen, Daten systematisch zu sammeln und auszuwerten. Insbesondere Kundendaten sind hierbei von hohem Interesse. Die immer größer werdenden Mengen aus strukturierten und unstrukturierten Daten stellen Unternehmen aber auch vor die große Herausforderung, diese effizient auszuwerten und den maximalen Nutzen aus ihnen zu ziehen.

Die effiziente Datenauswertung zur Generierung eines maximalen Business Values steht somit auch im Fokus unserer Customer Analytics Trends für das aktuelle Jahr. Damit auch Sie über die neusten Customer Analytics Trends informiert sind, möchten wir Ihnen einen Einblick in die Top 5 Trends geben, die Sie im Jahr 2021 auf jeden Fall im Blick behalten sollten.

BUSINESS.  
DATA.  
TECHNOLOGY.

CINTELLIC  
CONSULTING GROUP

## Trend 1: Predictive und Prescriptive Analytics von Kundendaten

Ein klar erkennbarer Trend im Bereich Customer Analytics, der sich auch im Jahr 2021 weiter fortsetzt: Die umfassende Verwendung von Kundendaten, um das Kaufverhalten von Kunden nicht nur zu analysieren und Vorhersagen zu treffen, sondern auch aktiv zu beeinflussen.

Big Data Technologien und vernetzte Systeme ermöglichen eine immer umfassendere Sammlung von Kundendaten und dadurch die Erstellung immer detaillierterer Kundenprofile. Durch Cloud Computing und Machine Learning Algorithmen können diese großen Datenmengen performant ausgewertet werden, sodass eine immer präzisere Vorhersage des Kundenverhaltens möglich wird. So können Banken immer besser das Kreditausfallrisiko für einen einzelnen Kunden bewerten, während Händler ihre Lagerbestände basierend auf dem prognostizierten Einkaufsverhalten ihrer Kunden anpassen können. **Predictive Analytics** beantwortet also die Frage „Was wird passieren?“ und ermöglicht es, auf Basis der Beantwortung dieser Frage Entscheidungen gezielt zu treffen.

**Prescriptive Analytics** geht noch einen Schritt weiter. Auf Basis von Simulationen und statistischen Modellen wird ermittelt, wie sich bestimmte Handlungen im Unternehmen auf das Kundenverhalten voraussichtlich auswirken werden. Hierzu kommen insbesondere Technologien aus dem Bereich der künstlichen Intelligenz wie z.B. Neuronale Netze zum Einsatz. Prescriptive Analytics lässt sich vielseitig einsetzen. So kann beispielsweise der Erfolg verschiedener Marketing Kampagnen abschätzt werden, bevor sie überhaupt gestartet wurden.

## Trend 2: Analyse von Zusammenhängen in Daten mittels Graphdatenbanken

Neben immer weiter zunehmenden Datenmengen in Unternehmen wird auch die Betrachtung und Auswertung der Zusammenhänge zwischen den einzelnen Daten immer relevanter. Die Verfügbarkeit zusammenhängender Datenstrukturen ermöglicht vollständig neue Anwendungsfelder. So können soziale Netzwerke spontan Auskunft darüber geben, über wie viele Ecken zwei nicht direkt vernetzte Kontakte miteinander indirekt in Verbindung stehen.

Möglich wird diese hohe Geschwindigkeit vor allem durch die Verwendung nicht relationaler Datenbankmodelle, so genannter NoSQL Datenbanken. Insbesondere Graphdatenbanken spielen in diesem Kontext eine zentrale Rolle. Im Gegensatz zu relationalen Datenbanken, die Informationen in Tabellen speichern, welche über Schlüsselattribute aufwendig zusammengefügt werden müssen, verwenden Graphdatenbanken Knoten und Kanten. Knoten werden über Kanten miteinander vernetzt, sodass ein komplexes Netzwerk entsteht. Diese Struktur bietet in Anwendungsfällen, bei denen es auf eine Vernetzung der Daten ankommt, massive Performancevorteile und ermöglicht diese Anwendungsfälle oftmals erst.

Ein wichtiges Beispiel für den Einsatz von Graphdatenbanken stellen sogenannte Recommendation Engines dar. Diese werden z.B. im E-Commerce Bereich verwendet, um Kunden individuelle Produktvorschläge zu machen. Persönliche Präferenzen und das eigene Kaufverhalten werden mit dem Kaufverhalten von anderen Kunden in Zusammenhang gebracht. Auch soziale Netzwerke verwenden diese Technologie, um Kontaktvorschläge zu machen.

Ein weiteres Beispiel ist die Betrugserkennung im Bankenbereich. Um die Vorhersagenqualität von Betrugsanalysen zu verbessern, werden Graphdatenbanken verwendet. Diese ermöglichen die zusammenhängende Betrachtung unterschiedlichster Aspekte, welche z.B. auf eine missbräuchliche Verwendung von Kreditkarten hinweisen.

## Trend 3: Augmented Analytics – Automatisierung von Datenauswertung und Handlungsempfehlungen

Mit der Analyse wachsender Kundendaten geht derzeit auch ein wachsender Ressourceneinsatz einher, sowohl in Hinblick auf Technologie als auch in Hinblick auf Fachkräfte.

Während die Datenanalyse heute schon teilweise automatisiert werden kann, geht Augmented Analytics einen deutlichen Schritt weiter. Die Technologie wird neben einer automatisierten Datenauswertung in der Lage sein, die Zusammenhänge in den Daten zu erklären und konkrete Handlungsempfehlungen für verschiedenste Einsatzzwecke zu geben.

Für diese komplexe Aufgabe werden verschiedene Technologien miteinander verknüpft. Machine Learning Algorithmen extrahieren die relevanten Daten und erkennen Muster und Trends. Natural Language Processing (NLP) wird dazu verwendet, die gewonnenen Erkenntnisse in konkrete Handlungsempfehlungen zu übersetzen.

Aktuell steht das Thema noch am Anfang. Es wird jedoch erwartet, dass Augmented Analytics zunehmend in Unternehmen zum Einsatz kommt. Bis es soweit ist, werden Data Scientists insbesondere den komplexen Teil der Ableitung von Handlungsempfehlungen weiterhin manuell erledigen müssen. Es ist zudem nicht zu erwarten, dass Data Scientists durch die neue Technologie vollständig ersetzt werden können. Vielmehr wird die Technik die Arbeit der Spezialisten insbesondere bei eintönigen Arbeiten spürbar entlasten und komplexe Entscheidungsfindungen deutlich erleichtern.

## Trend 4: Continuous Intelligence – Kontinuierliche Echtzeit- Datenauswertung

Unter Continuous Intelligence versteht man die Verwendung von Tools und Prozessen, um Echtzeit-Datenanalysen in Geschäftsabläufe zu integrieren, automatische Berechnungen durchzuführen und Maßnahmen in Echtzeit abzuleiten. Hierzu greift Continuous Intelligence auf Technologien wie Augmented Analytics zurück, die eine automatisierte Auswertung ohne menschliches Zutun ermöglichen.

Es entsteht somit ein permanenter Fluss von Daten und Entscheidungen, die zu jeder Zeit alle vorliegenden Daten berücksichtigen. Hierfür wurde in den vergangenen Jahren mit Technologien wie Cloud Computing oder dem Internet of Things (IoT) die Grundlage gelegt, was einmal mehr die enorme Bedeutung dieser Basistechnologien zeigt.

Vergleichbar ist das Gesamtsystem mit einem Tsunami-Frühwarnsystem, welches automatisiert Daten erhebt, Auffälligkeiten in den Daten unmittelbar selbstständig erkennt und sofort vollautomatisch eine Bevölkerungswarnung rausschickt. Continuous Intelligence bietet eine Vielzahl von Anwendungsbereichen. Patienten im Krankenhaus können in Echtzeit überwacht werden und bestmögliche Behandlungsempfehlungen können direkt aus den Daten automatisiert abgeleitet werden. Im E-Commerce Bereich kann der Klickstream live verwendet werden, um individualisierte Produktvorschläge zu machen.

## Trend 5: Verwendung von Machine Learning und Künstlicher Intelligenz in der Praxis

Die Digitalisierung stellt viele Unternehmen vor Herausforderungen und ist ein langwieriger Prozess. Technologien, Prozesse und Tools und rund um die Themen Digitalisierung und künstliche Intelligenz werden Stück für Stück eine immer weitere Verbreitung in Unternehmen finden.

In der Regel werden diese Themen allerdings nur im Rahmen von kleineren Pilotprojekten umgesetzt. Ein deutlich erkennbarer Trend ist, dass immer mehr Unternehmen diese Testphasen hinter sich lassen und Machine Learning Algorithmen in der Breite für die Analyse ihrer Daten einsetzen.

Dieser Trend wird sich auch mit Jahr 2021 weiter fortsetzen. Zudem ist damit zu rechnen, dass Technologien wie Augmented Analytics und Continuous Intelligence die Verwendung von Machine Learning und künstlicher Intelligenz in der Praxis erleichtern.

## Fazit zu den Customer Analytics Trends 2021

Für Unternehmen wird das Jahr 2021 erneut spannend. Nicht nur, weil neue Technologien immer detailliertere Informationen aus Daten herausholen können und die Möglichkeit der Echtzeit-Datenverarbeitung neue Anwendungsbereiche erschließt, sondern auch weil immer mehr Unternehmen diese Technologien für ihre tägliche Arbeit in der Breite einsetzen werden und somit Wettbewerbsvorteile generieren.

CINTELLIC begleitet seit mehr als 10 Jahren Unternehmen im Bereich Customer Analytics – von der Sammlung und Bereitstellung der notwendigen Daten, über die Datenanalyse bis hin zur Ableitung von Handlungsempfehlungen sowie der Auswahl und Implementierung geeigneter Tools für diese Schritte. Sie benötigen Unterstützung? Zögern Sie nicht, uns anzusprechen.

**von Manuel Klein,  
CINTELLIC Consulting Group**



*Vernetzung und Zusammenhänge von Daten erkennen: Customer Analytics gewinnt weiter an Bedeutung.*

## Ansprechpartner



**Dr. Jörg Reinnarth**  
*Geschäftsführer*  
CINTELLIC Consulting Group  
joerg.reinnarth@cintelllic.com



**Stephan Klöckner**  
*Senior Manager*  
CINTELLIC Consulting Group  
stephan.kloeckner@cintelllic.com

## Über CINTELLIC

Die 2010 gegründete CINTELLIC Consulting Group ist eine auf digitales Kundenmanagement spezialisierte Unternehmensberatung, die ihre Klienten vom ersten Konzept bis zur Umsetzung in der Praxis ganzheitlich begleitet. An den Standorten in Bonn, Frankfurt am Main und München arbeiten über 70 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Zu den Klienten zählen DAX-Konzerne, führende mittelständische Unternehmen und insbesondere zahlreiche sogenannte „Hidden Champions“ mit den Branchenschwerpunkten Banken und Versicherungen, Telekommunikation, IT, Medien, Unterhaltung, Handel, E-Commerce, Versorger und Logistik.

[www.cintelllic.com](http://www.cintelllic.com)

## #jointheteam

CINTELLIC befindet sich auf Wachstumskurs. Vielleicht mit Ihnen? Jetzt Stellenanzeigen entdecken und bewerben!

<https://www.cintelllic.com/stellenangebote/>

Cintelllic im Social Web



### Cintelllic GmbH

Remigiusstraße 16  
53111 Bonn  
t +49 228 92 18 20  
info@cintelllic.com  
www.cintelllic.com

