

Ihre Daten – unser Know How – Ihr Erfolg

Consulting & Schulungen in:

Data Mining

Database Marketing und

Marktforschung



Dr. Gerald Musiol Consulting

Dr. Gerald Musiol Consulting

**Stiglmairplatz/ Dachauer Str.37
D-80335 München**

Tel.: + 49 (0) 89 54 55 82 86

Fax: + 49 (0) 89 54 55 84 44

Email: info@drmusiol.de

Internet: <http://www.drmusiol.de>

Unternehmensleistungen

Wir bieten Ihnen professionelle Beratung und individuell abgestimmte Unterstützung im **Database Marketing, Market Research** und **Data Mining**. Wir begleiten Sie von der Analyse großer Datenbestände unter Einsatz methodenorientierter Systeme bis zur Optimierung Ihrer Unternehmensstrategie. Unser Leistungsspektrum umfasst überdies sowohl die Schulung Ihrer Mitarbeiter während der Projektarbeit als auch in unserem Hause.

Database Marketing

Kernstück des Database Marketing ist eine EDV-gestützte Kundendatenbank. Diese stellt sowohl personenbezogenes Datenmaterial wie z.B. Adressdaten, soziodemographische Daten, Reaktionsdaten als auch personenübergreifende Daten, Mafo-Daten und Unternehmensdaten zur Verfügung.

Aus den insgesamt verfügbaren Informationen werden unter der Verwendung statistischer Analysen die marketingrelevanten Daten herausgefiltert und gezielt für Marketingzwecke eingesetzt. Ziel ist eine möglichst individuelle Kundenansprache durch maßgeschneiderte Aktionen. Auf diese Weise wird die Kundenbindung gefestigt und die Kundenzufriedenheit erhöht. Durch Database Marketing können ferner mittels gezielter Adressenauswahl hohe Streuverluste von Werbemaßnahmen vermieden werden.

Wir unterstützen Sie beispielsweise in:

- **Entwicklung und Einsatz von Responsemodellen (Scoring)**
- **Entwicklung von Kündigungs- bzw. Abwanderungsanalysen (Scoring)**
- **Ausarbeitung von Kundenwertmodellen**
- **Kundensegmentierung**
- **Früherkennung von Kundentrends**
- **Produkt- und Sortimentsgestaltung**
- **Preis- und Konditionsgestaltung**
- **Entwicklung eines Database Marketing Konzeptes hinsichtlich:**
 - der Generierung, Aufbereitung und Analyse der relevanten Daten
 - der Interpretation der Analyseergebnisse
 - der Vorbereitung von Marketingaktionen, die gezielt auf das Potenzial und die Kundenbedürfnisse des Einzelnen (Kunden) abgestimmt werden können

Zur Analyse der Daten werden Methoden des Data Mining eingesetzt.

Marktforschung

Wir beraten Sie in allen Phasen der Marktforschung (Market Research) von der Datenerhebung zur Analyse und Interpretation der gesammelten Daten bis zur Umsetzung der gewonnenen Erkenntnisse in ein professionelles (Gesamt-)Konzept.

Konsultieren Sie uns insbesondere bei Bedarf von Spezialisten für die Aufbereitung von Ergebnissen, Analyse und Interpretation Ihrer Daten sowie für die Umsetzung der Erkenntnisse bis hin zur Auswahl der geeigneten Marketing-Instrumente.

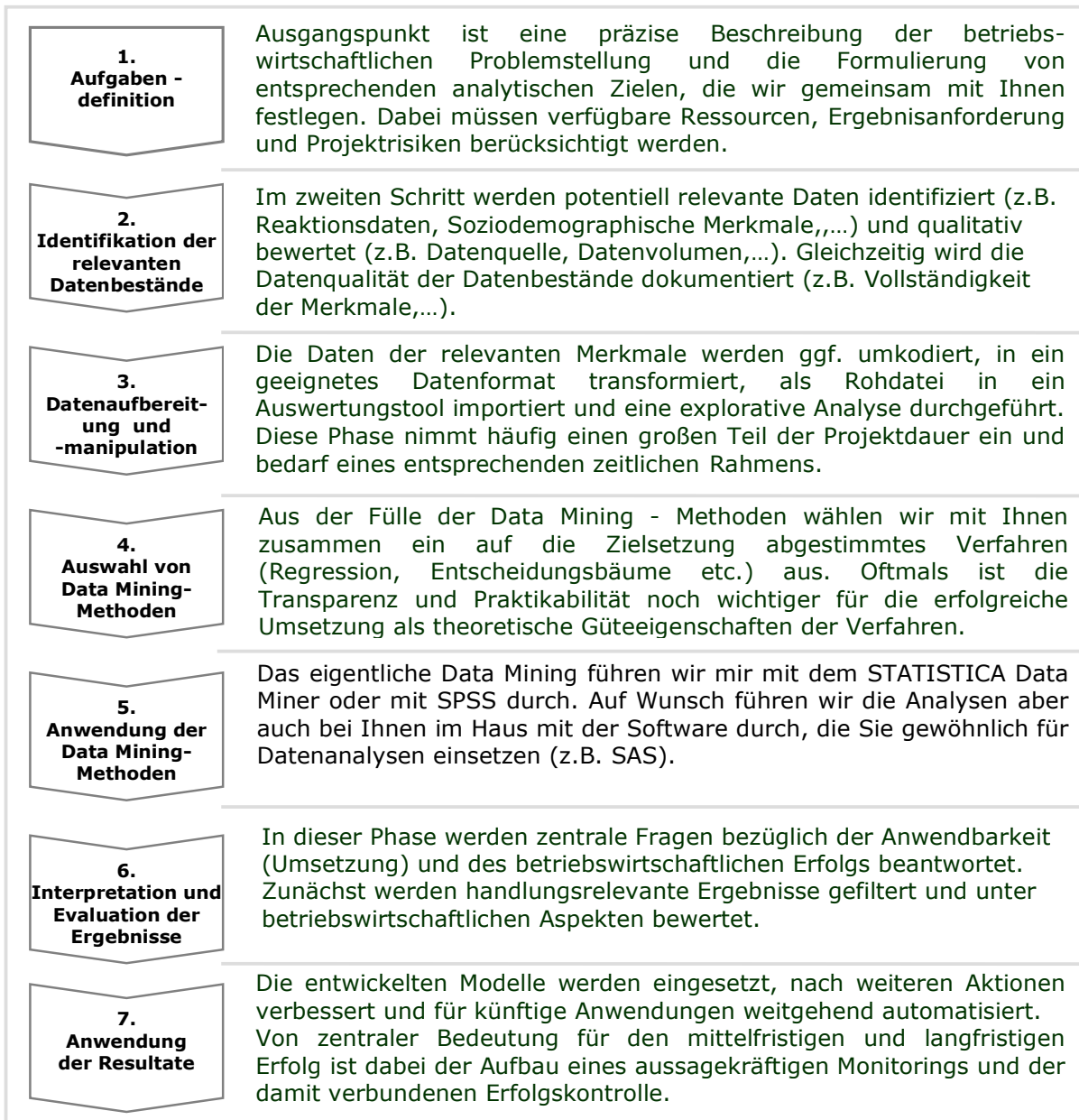
Data Mining

Data Mining beinhaltet sowohl den Prozess der Generierung neuer, valider und vor allem handlungsrelevanter Informationen aus einer Database als auch die Nutzung dieser Informationen für betriebswirtschaftliche Entscheidungen. Klassische Datenquellen sind dabei nicht nur Kunden- und Transaktionsdaten aus Marketing und Vertrieb, sondern z.B. auch Produktions- und Fertigungsdaten. Data Mining ermöglicht die Analyse und Prognose von

Verhaltensweisen und Trends des Unternehmens und seiner Umwelt. Data Mining liefert dem Management Erkenntnisse, Zusammenhänge und Lösungsmöglichkeiten, die bisher verborgen blieben oder außer Acht gelassen worden sind, weil sie entweder für nicht entscheidungsrelevant oder für nicht analysierbar gehalten wurden.

Data Mining steht nicht für *ein* bestimmtes Analyseverfahren, mittels dessen relevantes Wissen in Datenbanken extrahiert werden kann, sondern für eine ganze Reihe von nützlichen Analyse- und Steuerungsinstrumenten. Der Einsatz der unterschiedlichen Methoden hängt stark vom Charakter der Aufgabenstellung ab. Oftmals werden mehrere Data Mining-Lösungen für dieselbe Aufgabenstellung entwickelt und gegeneinander ausgetestet. Auch die Kombination unterschiedlicher Methoden innerhalb einer Lösung ist möglich.

Mit Data Mining in 7 Stufen zum Erfolg:



Wir unterstützen Sie gezielt bei der Durchführung des kompletten Data Mining Prozesses, den einzelnen Phasen Ihrer Data Mining Projekte und der Software-Anwendung.

Schulungen zur Datenanalyse

Unsere Schulungen richten sich an Mitarbeiter Ihres Unternehmens, die aus umfangreichem Datenmaterial mit Hilfe statistischer Verfahren bzw. Data Mining Informationen gewinnen und auch Prognosen ableiten, OHNE jedoch eine umfassende mathematische Ausbildung haben zu müssen.

Für einen effizienten Auf- und Ausbau Ihrer Analysetätigkeiten bieten wir Ihnen folgende Schulungen in unseren Schulungsräumen in München an:

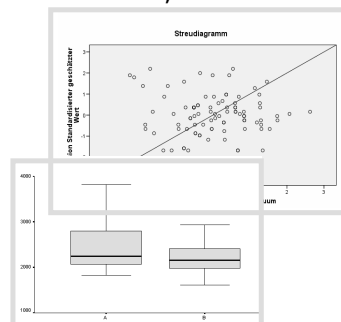
Basiskurs – Einführung in die Datenanalyse

Seminarziel: Grundlegende Kenntnisse in der Datenerhebung sowie in der deskriptiven, explorativen und konfirmatorischen Datenanalyse.

Voraussetzungen: Ihre Mitarbeiter benötigen für diesen Kurs keine inhaltlich statistischen und methodischen Voraussetzungen.

Inhalt:

- Datenerhebung z.B. durch Umfragen, Fokusgruppen,...
- Definieren und modifizieren von Daten, z.B. Definieren von Variablen,...
- Transformieren von Daten, z.B. Datensortierung, Berechnen neuer Variablen,...
- Deskriptive Datenanalyse: Häufigkeiten, deskriptive Statistiken wie z.B. Kreuztabellen,...
- Explorative Datenanalyse: Grafische Darstellung von Daten, wie z.B. Boxplots, Histogramme
- Konfirmatorische Datenanalyse: Überprüfung von Hypothesen, z.B. mit Chi-Quadrattest in Kreuztabellen, Signifikanzniveau, Irrtumswahrscheinlichkeit etc...



Dauer: 1 Tag

Termine: 29. Februar und 28. März 2008

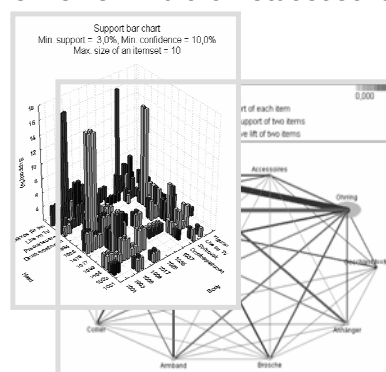
Methodenkurs – Komplexe statistische Datenanalyse und Data Mining

Seminarziel: Ein fundiertes Basiswissen, wann man welches Verfahren einsetzt, was es leistet, wie man es anwendet und wie die Ergebnisse zu interpretieren sind.

Voraussetzungen: Ihre Mitarbeiter benötigen für diesen Kurs keine inhaltlich statistischen und methodischen Voraussetzungen.

Inhalt:

- Einführung in die Inferenzstatistik
- Assoziationsanalyse (Warenkorbanalyse) und Sequenzanalyse
- Lineare Regressionsanalyse
- Varianz-, Faktoren-, Diskriminanz-, Clusteranalyse
- Logit-Analyse
- Zeitreihenanalyse
- Entscheidungsbäume (CHAID, CART),...



Die Verfahren werden anhand von praxisnahen Beispielen (Versandhandel, E-Commerce, Banken und Versicherungen, Fernsehen etc.), mit Hilfe der Analyseprogramme *SPSS* und *STATISTICA* vorgestellt.

Dauer: 2 Tage

Termine: 14./15. Februar 2008, 24./25. April 2008 und 26./27. Juni 2008

Anmeldung zur Schulung
per Fax +49 (0) 89 54 55 84 44
 (auch per Post möglich)

Dr. Gerald Musiol Consulting

Stiglmaierplatz/ Dachauerstr. 37

D- 80335 München

Ansprechpartner:

Firma:

Adresse:

Telefon:

Fax:

Email:

Basiskurs - Einführung in die Datenanalyse

Namen der Kursteilnehmer:

Kurstermin: 29. Februar 2008

28. März 2008

Kosten: **499 € pro Person (zzgl. MwSt.)**

Methodenkurs - Komplexe statistische Datenanalyse und Data Mining

Namen der Kursteilnehmer:

Kurstermin: 14./15. Februar 2008

24./25. April 2008

26./27. Juni 2008

Kosten: **999 € pro Person (zzgl. MwSt.)**

Teilnahmebedingungen:

1. Die Anmeldung ist verbindlich. Nach Eingang der Kursanmeldung erhält der Teilnehmer eine Anmeldebestätigung.
2. Die Teilnahme kann bis zu 4 Wochen vor Kursbeginn schriftlich abgesagt werden, ohne dass Stornogebühren anfallen. Bei einer Absage bis 2 Wochen vor Schulungsbeginn fallen 50% des Kurspreises als Stornogebühren an. Bei einer späteren Absage oder bei Nichterscheinen fallen die vollen Kursgebühren an.
3. Die Kursgebühr ist 14 Tage nach Rechnungserhalt ohne Abzug fällig.
4. Die Auswahl des Kurses liegt in der Verantwortung des Teilnehmers. Die Schulungen werden von qualifiziertem Personal so gestaltet, dass ein durchschnittlich aufmerksamer Teilnehmer das Schulungsziel erreichen kann. Ein Erfolg wird nicht geschuldet.
5. Kursunterlagen werden den Teilnehmern nur zur persönlichen Verwendung ausgehändigt. Die Vervielfältigung, auch nur von Teilen, ist untersagt.

Team

Wir haben Ihr Interesse geweckt oder Sie haben Fragen? Kontaktieren Sie uns und lernen Sie unsere individuelle und exzellente Beratung kennen!



CV Dr. Gerald Musiol

Ausbildung:

- Studium der Statistik an der Universität Dortmund
- Promotion an der Universität Osnabrück zum Dr.rer.pol.

Berufserfahrung (Fester Mitarbeiter):

- 9Live Fernsehen: Leiter Programmcontrolling und Marktforschung
- argonauten360°: Senior Consultant CRM
- Loyalty Partner (PAYBACK): Database Marketing Executive
- Letsbuyit.com: Data Miner in Marketing
- AZ Bertelsmann Direct: Projektleiter Analysen
- INFORMA Unternehmensberatung: Consultant
- Institut für empirische Wirtschaftsforschung: wiss. Mitarbeiter

Projekte : Allianz, Deutsche Bank, Deutsche Bahn, Gerling, Ostrich Media (Quiz Call), Postbank, Quelle, Sparkasse Bremen, Vattenfall



Consultant Susan Sonnenschein Dipl. Medienwirtin (Master of Arts)

Berufserfahrung:

- QuizCall (Marktforschung, Datenanalyse, Redaktion)
- 9Live Fernsehen (Redaktion, Marktforschung)



Projektassistentin Julia Kanzog Bachelor (Wirtschaftswissenschaften)

Berufserfahrung:

- QuizCall (Assistentin Marktforschung)
- 9Live Fernsehen (Assistentin Marktforschung)



Junior Consultant Christiane Kühling Magister (Ethnologie, Markt -und Werbepsychologie)

Berufserfahrung:

- Unid Design (Assistentin der Projektleitung)