

Pressemitteilung

8. August 2019

Julia Richter
Public Relations
T +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com

Durch Künstliche Intelligenz relevante Daten über Käufer erhalten

Nürnberg, 8. August 2019 – GfK bringt mit Attribution+ eine KI-basierte Lösung auf den Markt, mit der Lebensmitteleinzelhändler relevante Daten über Käufer erhalten. Händler können damit ihre Daten, die sie durch Kundenkarten gewinnen, mit Informationen aus dem GfK Consumer Panel vervollständigen und ergänzen. Attribution+ ist das erste Tool, das von GfK und SO1 seit der Anfang 2019 verkündeten Partnerschaft gemeinsam entwickelt wurde.

Obwohl der Handel mit immer mehr Kundenbindungsprogrammen Milliarden von Datensätzen sammelt, verfügt er häufig nicht einmal bei den Teilnehmern der eigenen Treueprogramme über wichtige soziodemografische Daten wie Alter, Einkommen oder Haushaltsgröße. Und was noch viel entscheidender ist: Händler haben keine Informationen über das individuelle Einkaufsverhalten ihrer Käufer bei Wettbewerbern. Anstatt das Potenzial eines bestimmten Verbrauchers zu kennen, können sie lediglich sein Verhalten in ihren eigenen Geschäften beobachten. Attribution+ kann diese Lücke mithilfe Künstlicher Intelligenz schließen, die auf Daten des GfK Consumer Panels zurückgreift. So wird das individuelle Einkaufsverhalten beim Händler analysiert und dadurch auf Verhaltens- und soziodemografische Merkmale geschlossen.

„Attribution+ ist die perfekte Ergänzung zum Kundenkartendaten-Portfolio von GfK und wird den geschäftlichen Erfolg unserer Kunden vorantreiben“, erläutert GfK Global Retail Director Dr. Marc Knuff. „Attribution+ ermöglicht nun erstmals, GfK Paneldaten aus dem Gesamtmarkt direkt für individuelles Customer Relationship Management zu nutzen“, freut sich Dr. Benjamin Brinkhoff, der als Global Lead Loyalty Card Data die GfK Services in diesem Bereich koordiniert.

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

Tel.: +49 911 395 0

Vorstand:
Peter Feld (CEO)
Lars Nordmark (CFO)

Aufsichtsratsvorsitzender:
Ralf Klein-Bölting

Handelsregister:
Nürnberg HRB 25014

Attribution+ nutzt die Machine-Learning-Technologie von SO1, um Daten des GfK Consumer Panels zu verarbeiten und das Einkaufsverhalten mit spezifischen Merkmalen zu verknüpfen. So kann der Nutzen der

umfänglichen, aber doch limitierten Kundenkartendaten mit den Informationen aus dem Gesamtmarkt erheblich gesteigert werden. Das ist im Bereich der Optimierung von Verkaufsförderungsmaßnahmen bisher eine absolute Neuheit.

Attribution+ wird von GfK exklusiv als lokal im System des Händlers betriebene Software vertrieben und ist auch als Testversion für die kostenlose Ermittlung zweier soziodemografischer Merkmale erhältlich. Die Software wird zunächst in Deutschland, den Niederlanden und Polen verfügbar sein. Weitere Länder folgen.

Erhalten Sie weitere Informationen zu Attribution+ auf Anfrage. Senden Sie eine E-Mail an AttributionPlus@gfk.com.

Über GfK

GfK verknüpft Daten mit wissenschaftlichen Methoden und liefert mit innovativen Lösungen die Antwort auf zentrale Geschäftsfragen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien – jetzt und in der Zukunft. Als Forschungs- und Analysepartner verspricht GfK seinen Kunden weltweit “Growth from Knowledge”.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com/de
Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfk_de