

# Digitale Spurensuche

## Verivox gewinnt wertvolle Erkenntnisse durch die Analyse und Visualisierung von Web-Daten

### DER KUNDE

Als führendes unabhängiges Verbraucherportal für alle Verträge rund um das Zuhause bietet Verivox umfassende Expertise aus sechs Märkten. Verbraucher können auf [www.verivox.de](http://www.verivox.de) einfach und schnell verfügbare Tarife für Energie, Telekommunikation, Versicherungen, Finanzen, Fahrzeuge und provisionsfreie Immobilien vergleichen und direkt zum für sie besten Anbieter wechseln. Die Verivox GmbH wurde 1998 in Heidelberg gegründet.

Heute arbeiten an den Standorten der Verivox-Gruppe in Heidelberg, Augsburg, Berlin und Linden insgesamt rund 250 Menschen daran, Kunden den Vergleich von Tarifen und Angeboten so einfach wie möglich zu machen. Seit seiner Gründung hat Verivox mehr als 8 Millionen Verbrauchern beim Anbieterwechsel geholfen.

### DIE HERAUSFORDERUNGEN

Der von Verivox-Kunden überwiegend genutzte Vertriebskanal ist das Internet. Seitenaufrufe im Millionenbereich hinterlassen auf [verivox.de](http://verivox.de) regelmäßig virtuelle Spuren auf dem Weg zur Transaktion – und damit einen immensen Datenschatz, mit dessen Hilfe Vertriebs- und Kommunikationsprozesse optimiert werden können.

Verivox hat sich an HMS Analytical Software, einen ortsansässigen Spezialisten für Business Intelligence und Analytics gewandt, um zwei konkrete, datengetriebene Fragestellungen zu bearbeiten:

#### Attribution Modelling

Google Adwords, E-Mail oder Social Media: Welche Marketingkanäle werden vor einer Transaktion genutzt? Das Ziel: Optimierung der Budgetverteilung im Online-Marketing.

#### Echtzeit-Salesradar

Lassen sich Transaktionen aus dem Web in Echtzeit darstellen?

Verivox hat die Zusammenarbeit mit HMS gesucht, weil die Experten des Beratungshauses die für Fragestellungen dieser Art zwingend notwendigen Kompetenzen vereinen: Expertise in Datenmanagement, fundiertes Know-how in analytischen Methoden, das Wissen um zielgerichtete Visualisierung von Daten und – nicht zuletzt – Erfahrung in „klassischen“ ebenso wie in Cloud-Projekten.

## DIE HMS-LÖSUNG

### Attribution Modelling

Neben Fernsehspots und Öffentlichkeitsarbeit baut Verivox intensiv auf virtuelle Kanäle zur Vermarktung der eigenen Dienstleistung. Dabei stellt sich eine zentrale Frage: Welcher dieser Online-Channels hat besonders großen Einfluss auf eine Transaktion? Zur datengetriebenen Beantwortung dieser Fragestellung boten sich mehrere Methoden an:

- Die alleinige Berücksichtigung des zuerst genutzten Kanals.
- Die Fokussierung auf den letzten Besuch vor einer Transaktion.
- Die ungewichtete Betrachtung aller genutzten Channels.
- Oder die zusätzliche Integration der Dimensionen „Zeit“ und „Nutzungsintensität“.

Verivox plant auf Basis der Ergebnisse das bisherige Vorgehen zu validieren und ggf. anzupassen.

Die HMS-Experten analysierten die Webdaten eines Jahres. Sie verglichen sechs unterschiedliche Modelle und überprüften deren Stabilität in jeweils zehn Iterationen. Das Ergebnis: Es konnten in der Tat Modelle identifiziert werden, die mit einer hohen Stabilität den Einfluss einzelner Marketingkanäle auf eine erfolgreiche Transaktion bestimmen können.

Mit dieser Erkenntnis gibt sich Verivox aber nicht zufrieden: In nächsten Schritten folgten weitere Detailanalysen – etwa getrennt nach Produktgruppen oder Zeiträumen. Verivox sammelt mit diesem Vorgehen stetig wertvolle Erkenntnisse, die dem Unternehmen helfen, die Marketingbudgets noch zielgerichteter einzusetzen.

### Echtzeit-Salesradar

Aus Realtime mehr als nur ein Schlagwort machen: Das war die Motivation für das zweite Aufgabenfeld, das Verivox zusammen mit HMS anging.

Verivox plant das „Realtime“ Reporting von einem zeitges-teuerten Konzept in ein transaktionsgesteuertes Konzept umzustellen. Dies war im Rahmen eines Proof-of-Concepts mit Hilfe von HMS und den im Umfeld der Microsoft-Cloud „Azure“ zur Verfügung stehenden Methoden mit überschaubarem Aufwand machbar. Das Konzept ist denkbar einfach: Auf ihrem Weg ins ERP-System werden die relevanten Web-Informationen nach Microsoft Azure „umgeleitet“, von HMS-Experten mit den dort zur Verfügung stehenden Methoden aufbereitet und anschaulich dargestellt.

Bei Abschluss einer Transaktion steht diese Information Verivox jetzt unmittelbar zur Verfügung. Die denkbaren Einsatzszenarien sind vielfältig, der Mehrwert der Lösung aus unterschiedlichsten Perspektiven greifbar, die technologische Umsetzung des Themas überschaubar.

*Die Berater von HMS haben uns durch ihre Kombination aus Datenmanagement-Know-how, analytischem Methodenwissen und nicht zuletzt Kreativität überzeugt."*

Joachim Hefner  
(Head of Strategic IT Initiatives, Verivox GmbH)