



## *Anwendungsbereiche Data Science*

### *Category Management – Optimale Gestaltung des Sortiments*

**Hintergrund:** Ein optimal funktionierendes Category Management ist für die meisten Unternehmen von strategischer und essenzieller Bedeutung.

Die kontinuierliche Ausrichtung des Sortiments an die sich verändernden Kundenbedürfnisse und Einkaufsgewohnheiten entscheidet über die Wettbewerbsfähigkeit und den wirtschaftlichen Erfolg der Anbieter. Die dafür erforderlichen Daten sind zumeist bereits vorhanden und können durch weitere exogene Informationen wie zum Beispiel Wirtschafts-, Wetter- oder Feriendaten ergänzt und mit statistischen Methoden ausgewertet werden.

Durch beispielsweise eine Warenkorbanalyse werden Muster und Beziehungen in historischen Daten sichtbar, die Aufschluss über das Kaufverhalten, mögliche Absatzkanäle und über die optimale Preisgestaltung geben. Unter Einbeziehung saisonaler Faktoren, eigener Promotionen, Aktionen des Wettbewerbs oder zuvor getätigter Käufe des Kunden – auch auf unterschiedlichen Kanälen – werden Erkenntnisse für ein proaktives Marketing und eine Optimierung des Warenlagers und Warenbestands gewonnen.

**Umsetzung:** Die Realisierung erfolgt in mehreren Schritten. Zunächst wird in einem Workshop ermittelt, welche Fragestellungen mit Hilfe von Data Science beantwortet werden sollen.

Es wird geprüft, ob die vorhandenen Daten und die Datenqualität diese Erkenntnisse liefern können oder ob eine Anreicherung der Daten durch externe Informationen oder durch eine Optimierung der Datenqualität erfolgen muss.

Danach erfolgt mit dem Kunden eine neuerliche Bewertung der Daten und die Definition eines möglichen Pilotprojekts nach bewährten Vorgehensmodellen des Industriestandards CRISP-DM.

**Potenziale:** Die Anwendung von Data Science Methoden im Category Management bietet eine Vielzahl von Möglichkeiten, die sowohl umsatzfördernd als auch kostenreduzierend wirken können. Auf Basis der gewonnenen Erkenntnisse kann beispielsweise eine dynamische Preisgestaltung implementiert werden, um den Kunden stets einen absolut wettbewerbsfähigen Preis anbieten zu können. Weiterhin ist es möglich, die Out-of-Stock-Raten signifikant zu reduzieren, ohne dabei gleichzeitig den Lagerbestand zu erhöhen oder Abschreibungen zu riskieren