

Analytics in „real-time“ – Mögliche Einsatzszenarien für ORACLE RTD am Beispiel von PAYBACK

**Dr. Tobias Bürger
PAYBACK GmbH
München**

Schlüsselworte

Real Time Decisions, Personalisierung, Empfehlungssysteme

Einleitung

Oracle Real Time Decisions (RTD) ist ein JEE-basiertes Framework, das es ermöglicht, in Echtzeit Geschäftsprozesse durch kontext-basierte Empfehlungen und maschinell getroffene, datengetriebene Entscheidungen zu unterstützen.

In dem Vortrag wird eine Einführung in den Funktionsumfang von RTD gegeben und an konkreten Beispielen erläutert, wie RTD genutzt werden kann, um personalisierte Empfehlungssysteme zu implementieren.

Unter dem Begriff „Personalisierung“ versteht man die Anpassung der dargestellten Inhalte an die Interessen und den jeweiligen Kontext des Nutzers. Personalisierungstechnologien können signifikant zur Steigerung von wichtigen Kennzahlen beitragen: Sie können etwa helfen, den Absatz im ECommerce zu erhöhen, relevante Werbeanzeigen zu empfehlen oder auch den Umsatz im Call Center zu erhöhen. Dies kann erreicht werden, indem zu jeder Zeit relevante Informationen für den aktuellen Kunden identifiziert werden, die seine Interessen und seinen aktuellen Kontext widerspiegeln.

Technologien wie etwa RTD können genau zu diesem Zweck eingesetzt werden.

Oracle Real Time Decisions (RTD)

RTD ist ein generisches Applikationsframework, das dazu beitragen kann, Geschäftsprozesse während der Laufzeit durch die Hinzunahme von kontextbasierten Informationen effizienter zu machen. Da RTD auf Basis aller verfügbarer Daten und der Interaktion mit dem Kunden einem kontinuierlichen Lernprozess unterzogen ist, vermag es auch zukünftige Entscheidungen zu verbessern.

RTD liefert sowohl ein Service-Framework als auch Tools für das Management, Monitoring und die Konfiguration von Entscheidungsprozessen.

Im Kern zeichnet sich RTD dabei durch die in Abbildung 1 dargestellten Funktionalitäten aus:

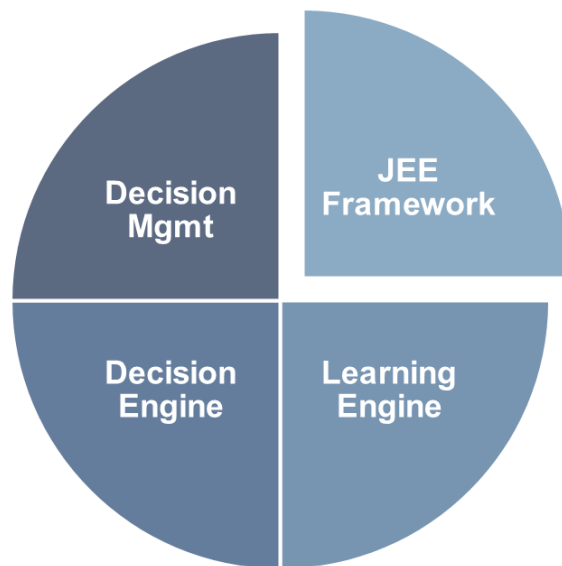


Abb. 1: Kernfunktionalitäten von Oracle RTD

(1) Decision Management: RTD kann als eine Sammlung von Tools angesehen werden, die es einem erlaubt, gemeinschaftlich Strategien für die Entscheidungsfindung in Geschäftsprozessen zu implementieren und zu managen. Es bietet Möglichkeiten, Entscheidungen regel- oder modellbasiert zu automatisieren.

(2) Decision Engine: Im Herzen von RTD stehen Module, welche die automatische Entscheidungsfindung ermöglichen. Hierbei können einfache Regeln verwendet werden, aber auch prädiktive statistische Modelle. RTD passt seine Entscheidungen an den Interaktionskontext des jeweiligen Nutzers und an definierte Geschäfts- und Performanceziele an.

(3) Learning Engine: Diese arbeitet im Hintergrund und lernt bzw. verbessert die statistischen Modelle auf Basis jeder Kundeninteraktion.

(4) JEE Framework: RTD ist ein service-orientiertes Framework, welches die Interaktion mit dem jeweiligen Nutzer in einer losen Koppelung mit der einbettenden Applikation ermöglicht.

Use Case für RTD: Personalisierung bei PAYBACK

Zur Veranschaulichung der Einsatzmöglichkeiten von RTD ziehen wir das PAYBACK Programm heran: PAYBACK ist das international führende Multipartner-Loyaltyprogramm und gleichzeitig die größte und leistungsfähigste Multichannel-Marketingplattform weltweit. In Deutschland können PAYBACK Kunden bei über 600 im Alltag relevanten Unternehmen Punkte sammeln und diese gegen Gutscheine, Prämien oder Lufthansa-Meilen einlösen bzw. spenden. Als Multichannel-Marketingplattform kommuniziert PAYBACK synchron über mehrere Kanäle mit seinen Kunden und bietet ihnen dabei zu jeder Zeit die für sie relevantesten Informationen und Angebote an.

PAYBACK setzt zur Ausspielung von Informationen in diesen Kanälen verstärkt auf Personalisierungstechnologien.

PAYBACK hat in diesem Bereich eine Reihe von Produkten entwickelt, die dem Kunden an unterschiedlichen Stationen seines Programm-Lebenszyklus personalisierte Angebote ausspielen: So erhält der Kunde personalisierte Gutscheine, um seine Punkte im Programm zu vermehren, Vorschläge für Partner bei denen er punkten kann und Empfehlungen für Prämien, für die er seine Punkte einlösen kann.

Für zwei dieser Szenarien wurden Tests mit RTD durchgeführt, welche im Vortrag vorgestellt werden: die modellbasierte Empfehlung von Coupons sowie die Empfehlung von Prämien im Prämienshop. Ziel dieser Tests war es, die Eignung von RTD für diese Szenarien zu prüfen, zu bewerten, ob die Güte der Empfehlungen durch RTD verbessert werden kann und um eine Aussage über den „Time-to-Market“ von RTD-basierten Applikationen treffen zu können.

Kontaktadresse:

Dr. Tobias Bürger
PAYBACK GmbH
Theresienhöhe 12
D-80339 München

Telefon: +49 (0) 89 9974 1269
E-Mail: tobias.buerger@payback.net
Internet: www.payback.net