

SBB Digital Business MAKE BI 2018

Daniel Hofer
02. Juli 2018





Agenda.

- | | |
|-----------------------|-----|
| 1. Einleitung | 5' |
| 2. Power BI Plattform | 10' |
| 3. Use Cases | 15' |
| 4. Learnings | 5' |
| 5. Fragen | 5' |





Einleitung

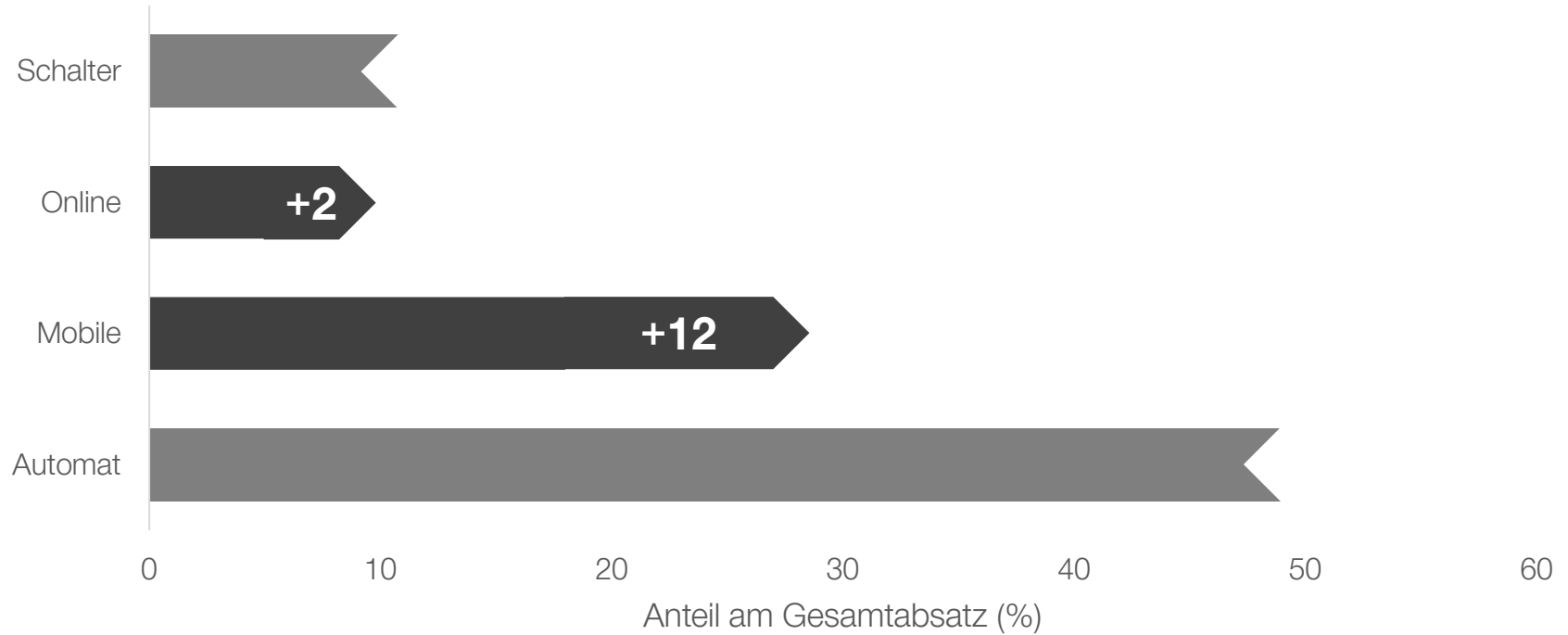


SBB Digital Business – Digital Champion.





Digital Shift (3 Jahre)





Digital Commerce – Absatz

3'661m Blüemlisalp

80% Matterhorn

+35%

Digital Communication – Reichweite



60% der CH-Bevölkerung

Alle 20- bis 64-jährigen

+7%



Digital Marketing - Kundenwachstum

10x Stade de Suisse



Zuschauer BSC Young Boys

+17%

Long-Tail.



Long-Tail.



Change Perception vs. Change Behaviour

Perception

3x



Behaviour

> 20x



Zweifaltigkeit.

Marketingkommunikation



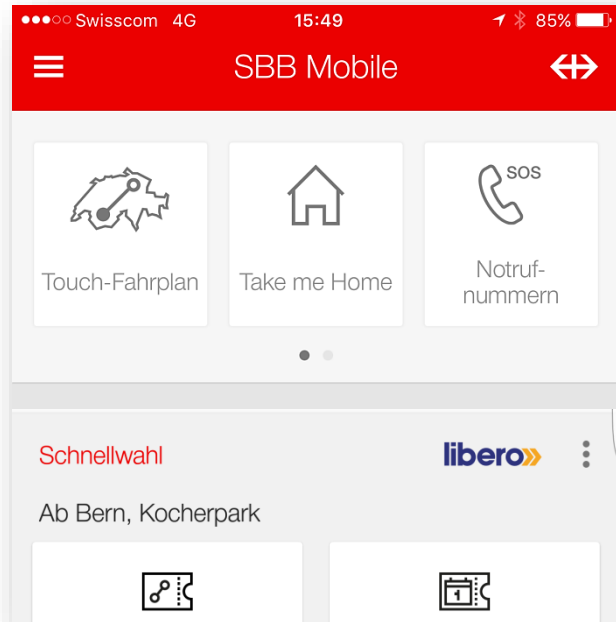
Customer Readiness



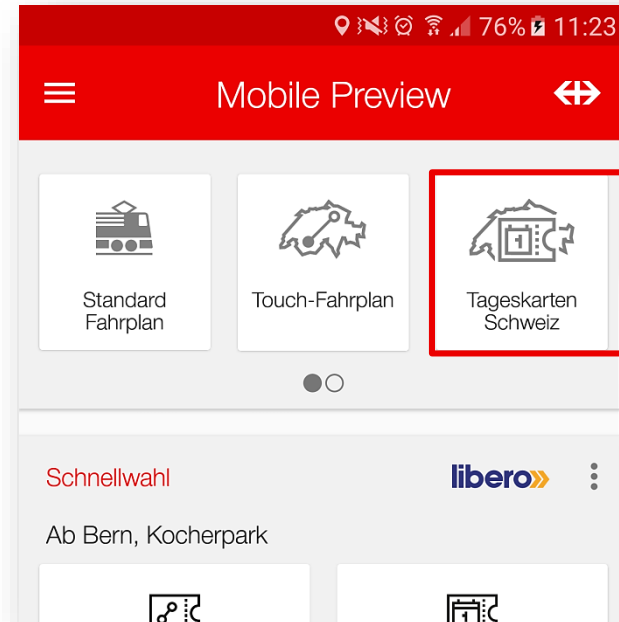


Minimal Viable Product (MVP) – Fix, if necessary.

Vorher



Nachher





Power BI Plattform

mit der IT ... neben der IT



Vorgehen.



12-18

Whats next?

Artificial Intelligence
Machine Learning

01-18

Advanced Analytics

1 use case : 1 PoC
descriptive > predictive

12-17

Prozess & Qualität

Release process
Minimal viable product

04-17

Reporting

Digital Dashboard operational
Prototyping & produktiv

02-17

Infrastruktur

Azure Cloud implementiert
On-boarding New Hire

11-16

Evaluation

2 PoCs, 4 Wochen
O365, Self-Service, Support

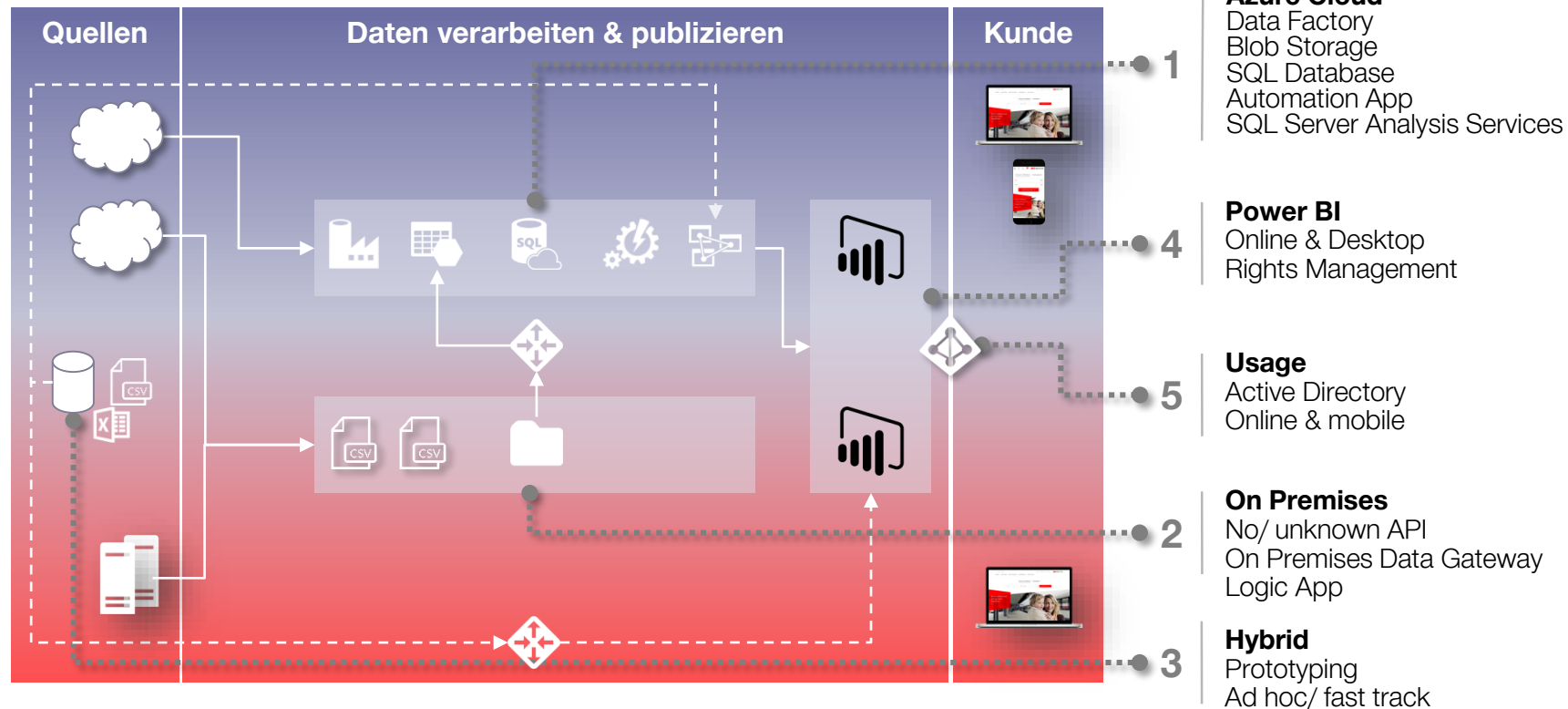
09-16

Start

Excel Reporting ersetzen
New Hire

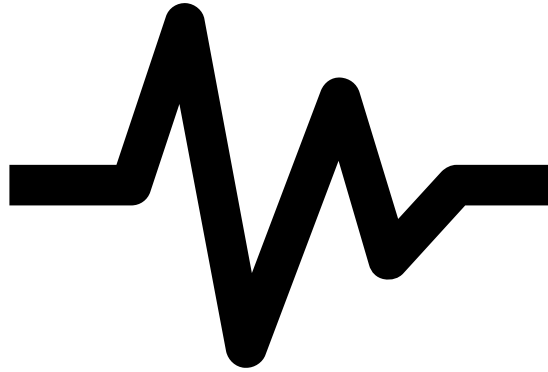


Infrastruktur.





Use Cases



Absatz über die **digitalen Kanäle** steigern

1



Frequency



Reach



Yield

x

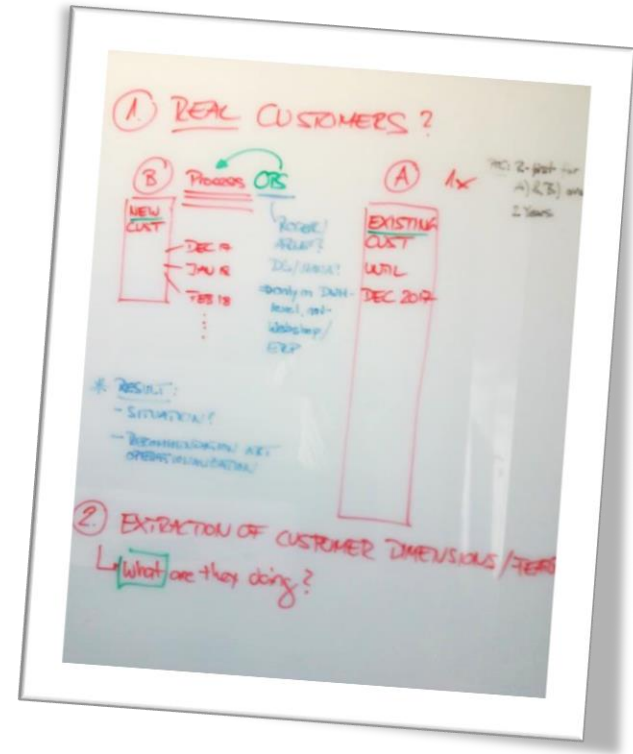
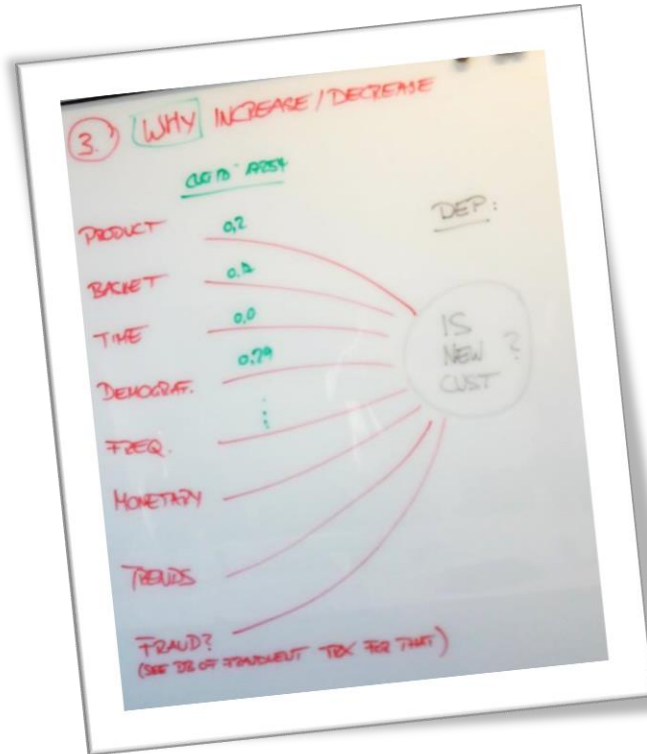
x

2



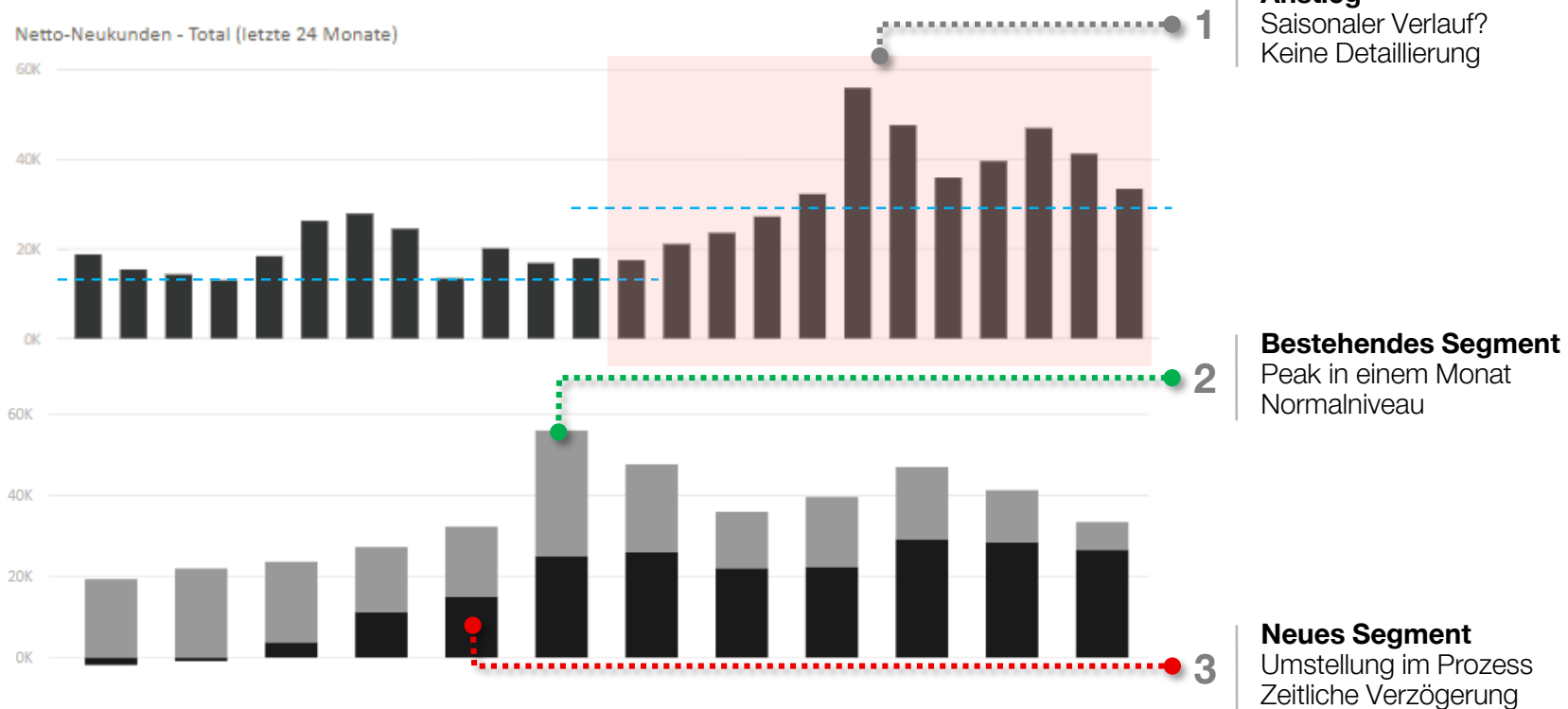
	5x

Bereitstellen der Datenbasis



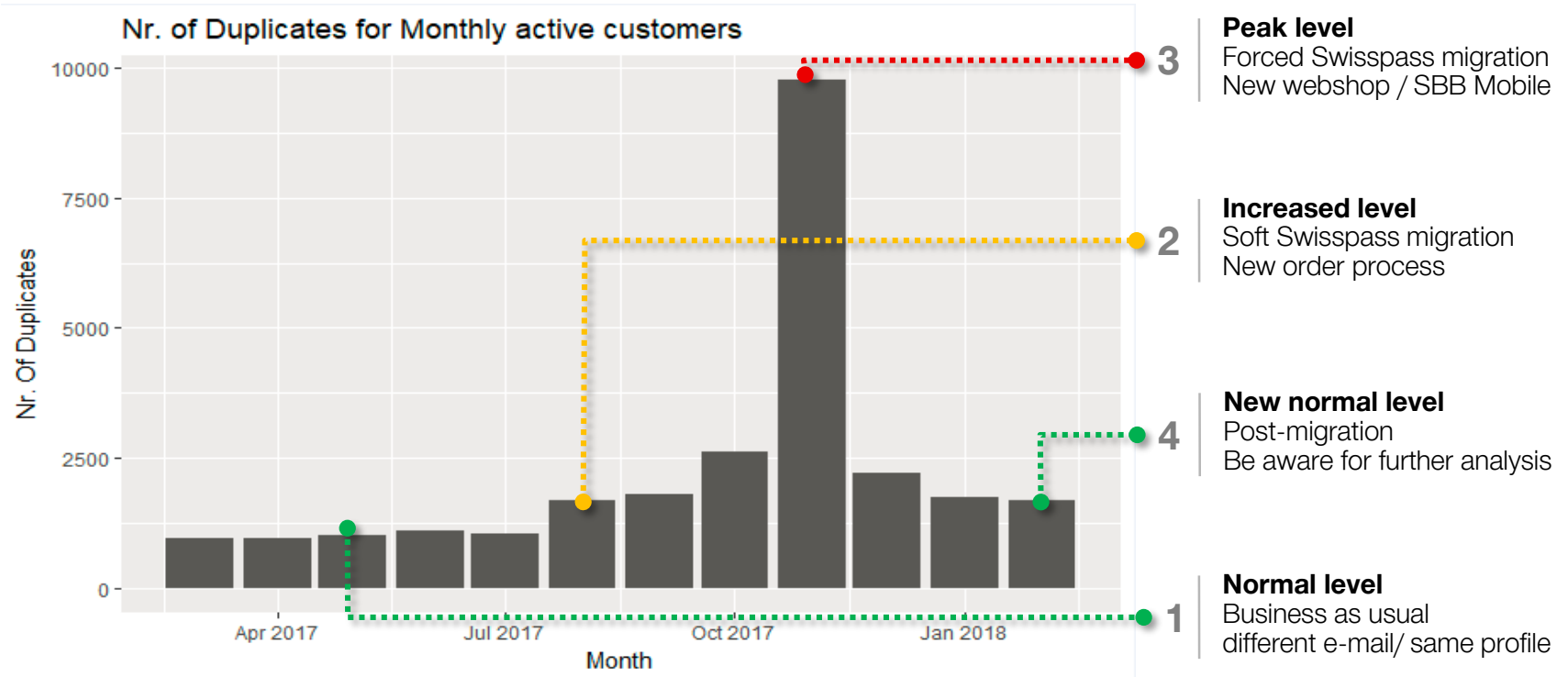


Use Case 1 – Wieviel Mehrfach-Profil?



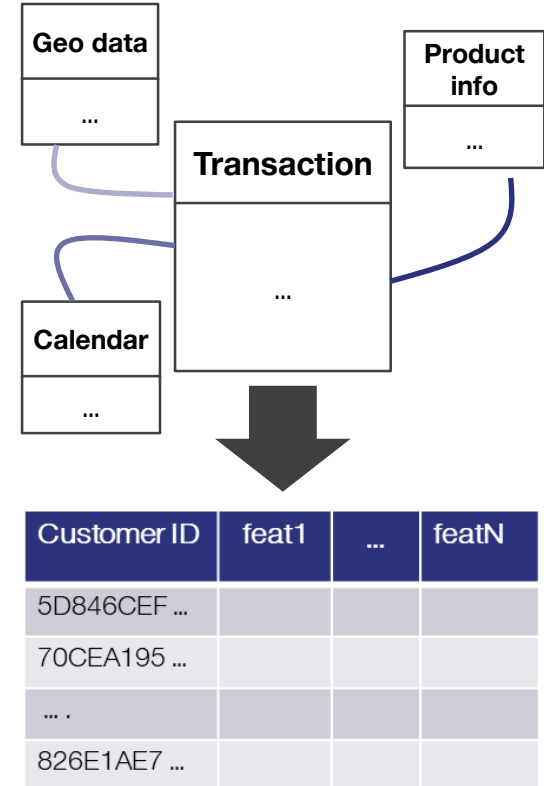


Use Case 1 – Wieviel Mehrfach-Profil?



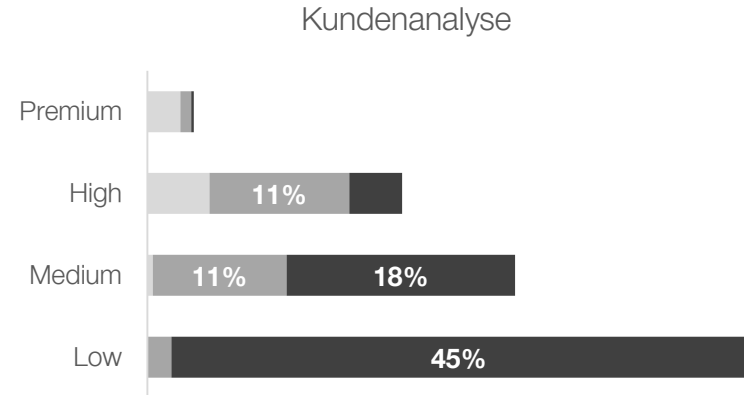
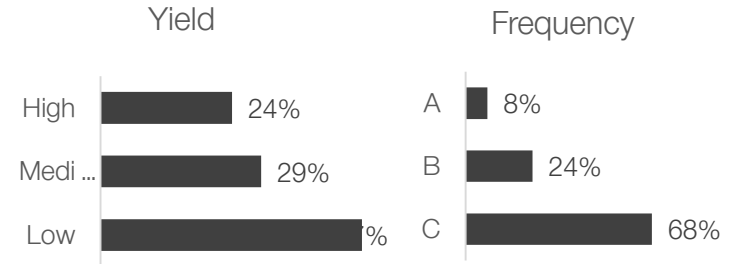
Use Case 2 – Kundendaten anreichern.

- Datensatz ergänzen
- Neue Kundendimensionen/
Attribute anfügen
- Tabelle mit einer Zeile pro Kunde
mit seinen Präferenzen
 - Transaktionen
 - Kanal
 - Produkt
 - Zeit
 - Geo

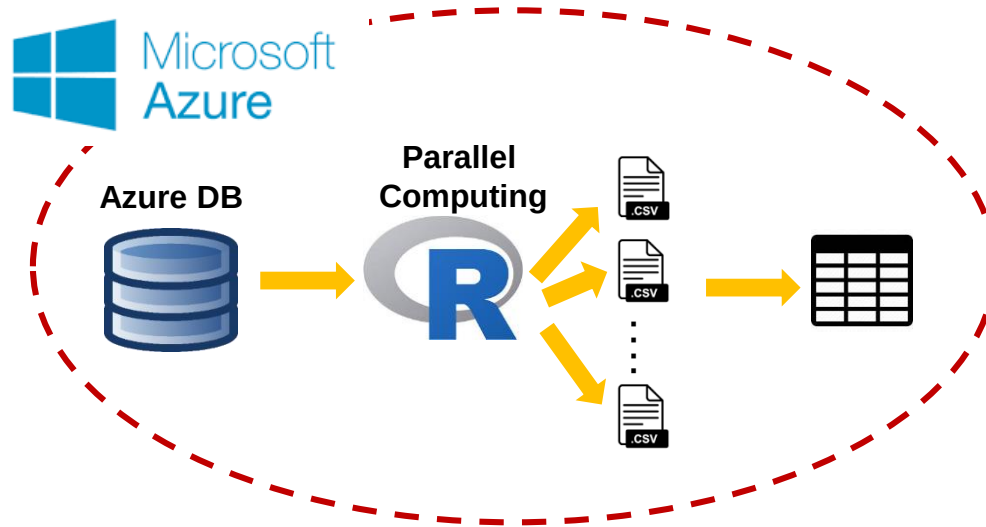


Use Case 2 – Kundendaten anreichern.

- Deskriptive Statistik (Methoden)
 - Reporting
 - Dashboard
- Zielgerichtete Kommunikation nach Kundensegmenten
- Input für Prädiktive Modelle
 - Retention
 - Promotionen
- Patterns erkennen/ Hypothesen aufstellen & verwerfen



Use Case 2 – Nebenprodukt.

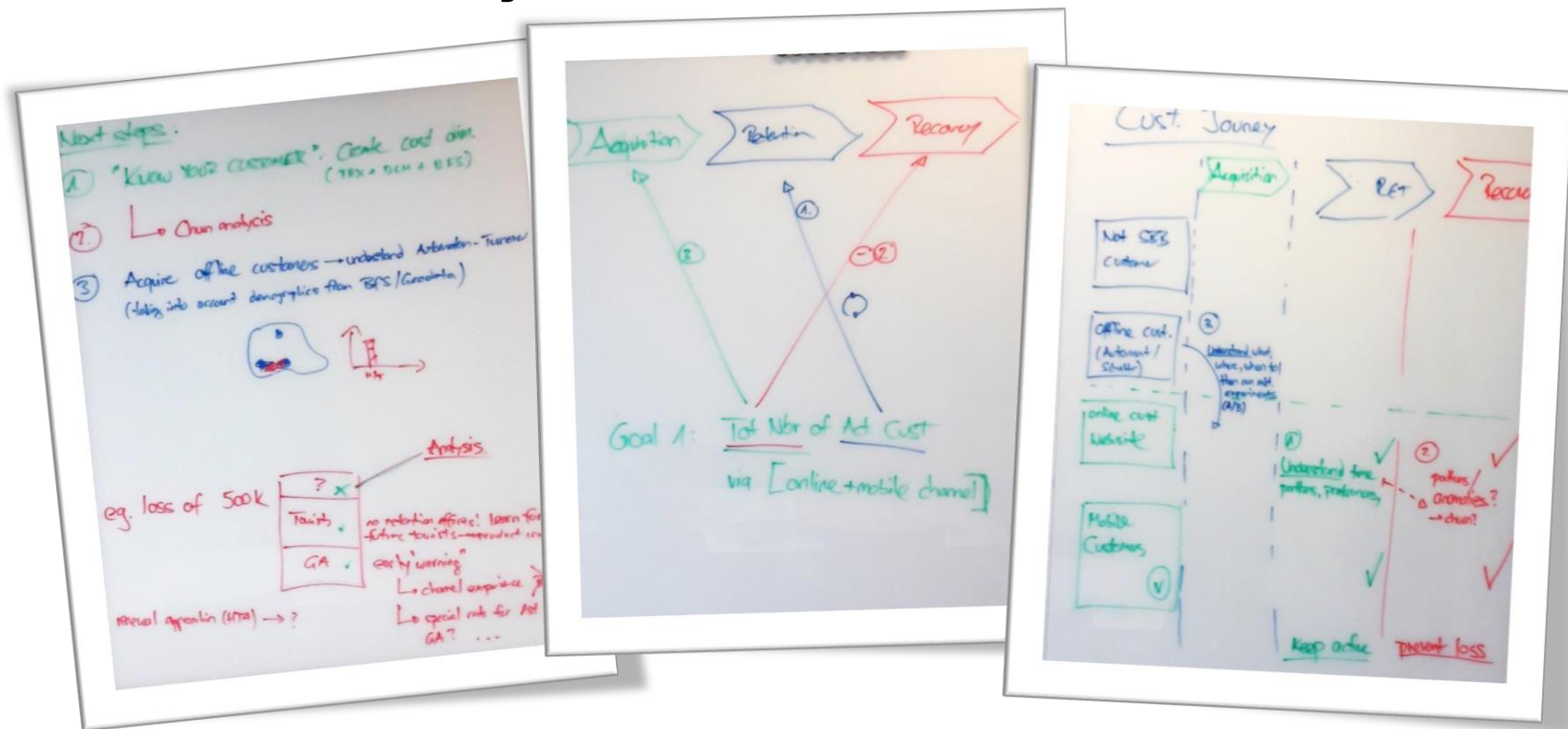


Azure Batch for scalable parallel computing

Compute cost = 4CHF / month, for analyzing 2.5M customers

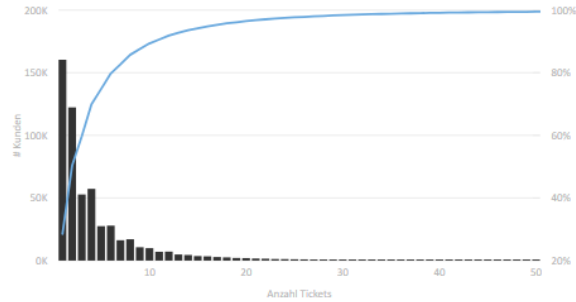


Customer Journey.

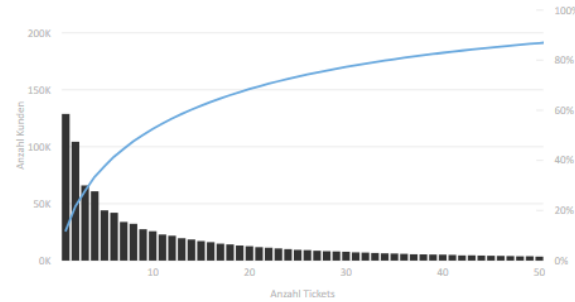


Use Case 3 – Muster erkennen

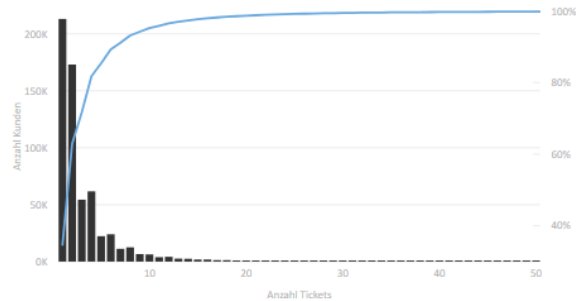
Online & Registriert - Häufigkeit



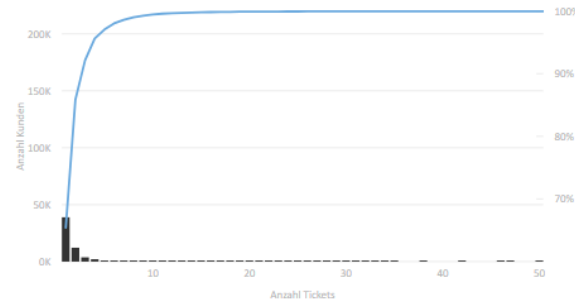
Mobile & Registriert - Häufigkeit



Online & Gast - Häufigkeit



Mobile & Gast - Absolute Häufigkeit





Learnings

Learnings

- Grad der Zusammenarbeit mit interner IT aushandeln, insbesondere Trennung / Übergabe Prototyping vs Produktion
- Zusammenspiel der Aufgaben – Kompetenzen - Verantwortung dem kritischen Pfad / den Domänen entlang festlegen
 - interne IT & Business
 - Data Science & Business Owner
- Use Cases
 - Klare Szenarien/ Hypothesen formulieren, nicht mischen
 - Agiles Vorgehen zulassen (minimal viable product)
 - Datenaufbereitung bedingt viel Zeit am Anfang, spart am Ende
 - Know-how frühzeitig aufbauen, transferieren und einfordern.



Fragen?



Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit



Daniel Hofer

Head of Digital Business
Management & Intelligence

SBB AG

Personenverkehr
Wylersstrasse 123/125
3000 Bern 65
Mobil +41 79 585 65 35
daniel.hofer@sbb.ch



Besten Dank.