



Data Science Strategy

...am Beispiel von Use Cases der CSM Wintersports Solutions GmbH



CSM-Wintersport Solutions

STATWORX



DHBW
Duale Hochschule
Baden-Württemberg





Gliederung

I. Einführung

ein Überblick zu Unternehmen und Gesamtheit der Use Cases

II. Unser konkretes Problem: After-Sales-Management

Problem- und Zielstellung

III. Unsere Lösung

Kernelemente und Umsetzung des Projekts

IV. Fazit und Ausblick

Chancen & Risiken, weiteres Vorgehen





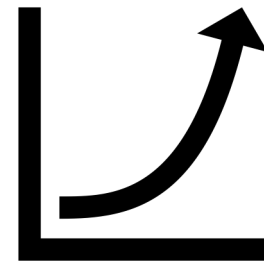
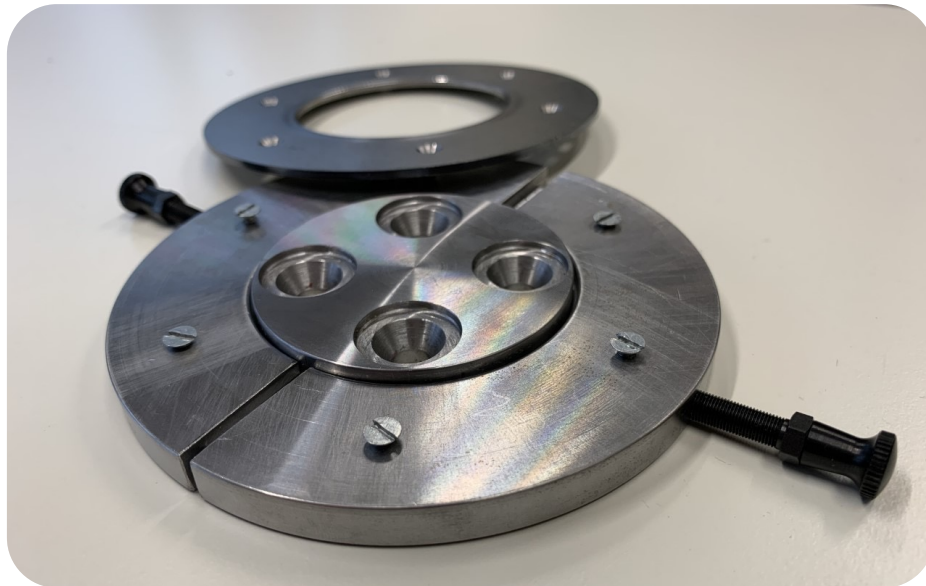
I. Einführung



Komfort

Ergonomie

Sicherheit

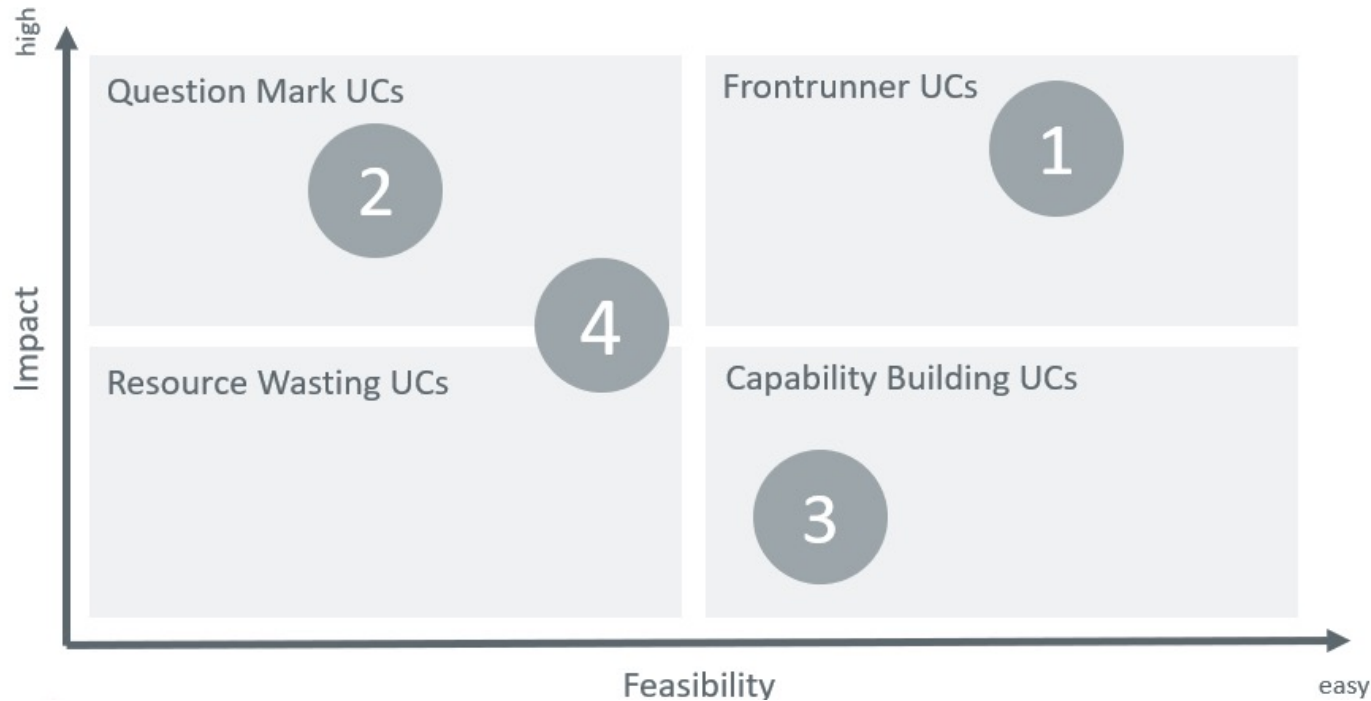


CAS genesisWorld





I. Einführung



1. **After-Sales-Management**
2. Qualitätssicherung:
optische
Bildauswertung
3. Produktion:
automatische
Vorhaltwerte
4. Lagerhaltung:
optimale
Bestellmengen





II. Unser konkretes Problem

-After-Sales-Management





III. Unsere Lösung

- Daten, Nutzung und Anforderungen



„Data is the new oil “ – Clive Robert Humby

Datentyp	Datenbezeichnung	Beschreibung	Quelle	Format
Kunden- daten	Kundenprofil	Gewerblich / Privat	First Party Data	CRM Database
	Auftragsdaten	ØBestellmenge; ØBestellrhythmus; Jährlicher Bedarf	First Party Data	ERP Database
	Potentialdaten	Wichtigkeit des Kunden	First Party Data	CRM Database
Markt- daten	Konjunktur- schwankungen	Schwankungen des Absatzmarkts	Third Party Data	Object Storage
	Knappheit am Beschaffungsmarkt	Ereignisse, die gesamte Supply-Chain betreffen (z.B. Vorfall Suez-Kanal)	Third Party Data	Object Storage
Produkt- daten	Technische Lebensdauer	Haltbarkeit des Produkts	First Party Data	Flat Files

Anforderungen (Auswahl)

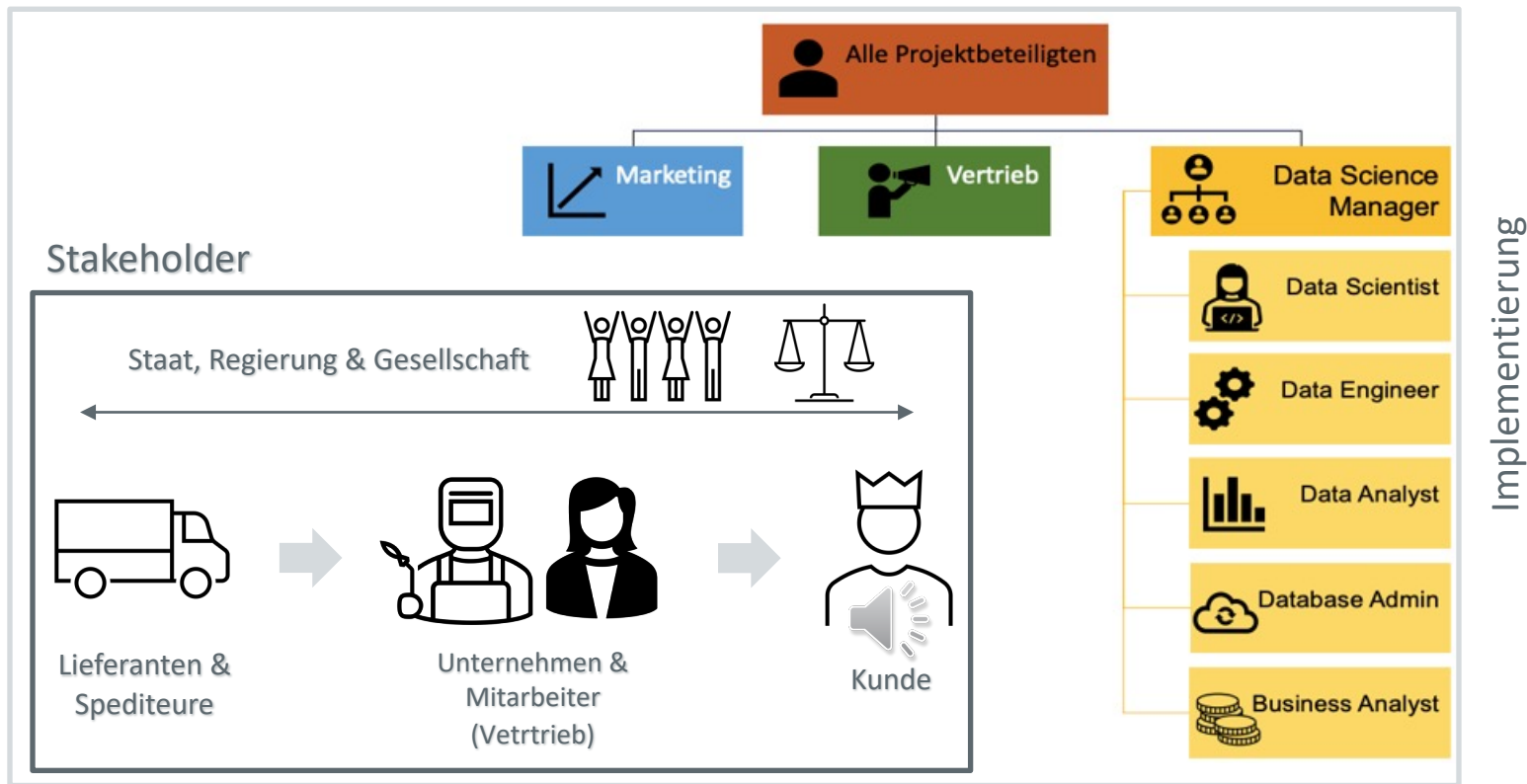
Korrektheit
Konsistenz
Vollständigkeit
Genauigkeit
Einheitlichkeit
Relevanz





III. Unsere Lösung

- Akteure und Stakeholder des Use Cases



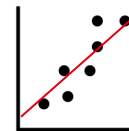


III. Unsere Lösung

- Umsetzung des Projektes



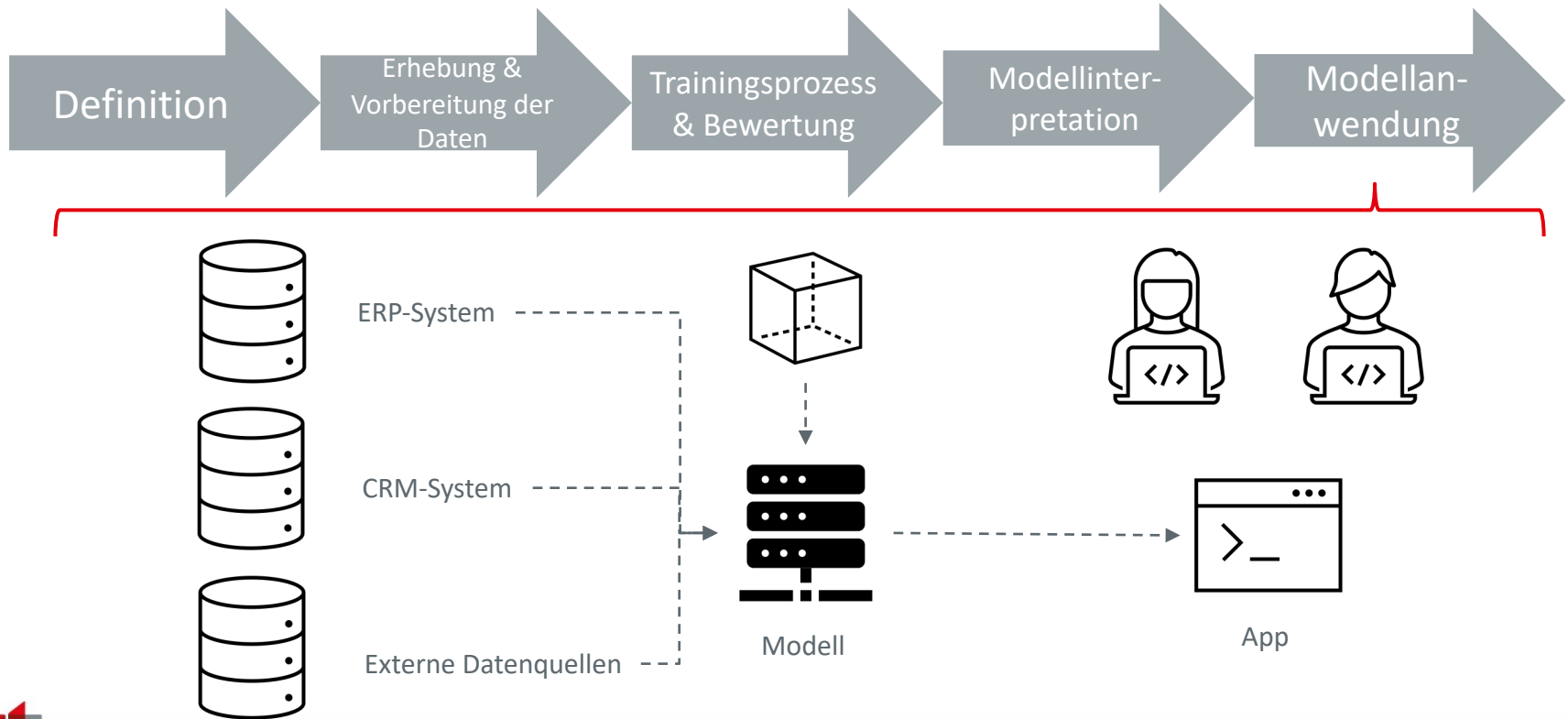
- Supervised learning ➔ Regressionsproblem
- Hauptakteure:
 - Data Analyst
 - Database Admin
 - Data Engineer
 - Data Scientist





III. Unsere Lösung

- Umsetzung des Projektes





IV. Fazit & Ausblick

- Chancen und Risiken



Chancen	Risiken
Höhere Kundenbindung	Schlechte Vorhersagegenauigkeit von Umwelteinflüssen
Höhere Wertschätzung	Wenige Trainingsdatensätze
Absatzsteigerung	Hohe Investition mit Erfolgsrisiko
Transparente Datenaufbereitung	Permanente Weiterarbeit notwendig (Datenaufbereitung)
Chance auf Empfehlungsmarketing	Prüfung auf Konsistenz notwendig

Bei erfolgreicher Implementierung und dauerhafter Überprüfung, sowie Gegenrechnung von Aufwand und Ertrag, kann dieses Tool dauerhaft Marktanteile sichern.





Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

