

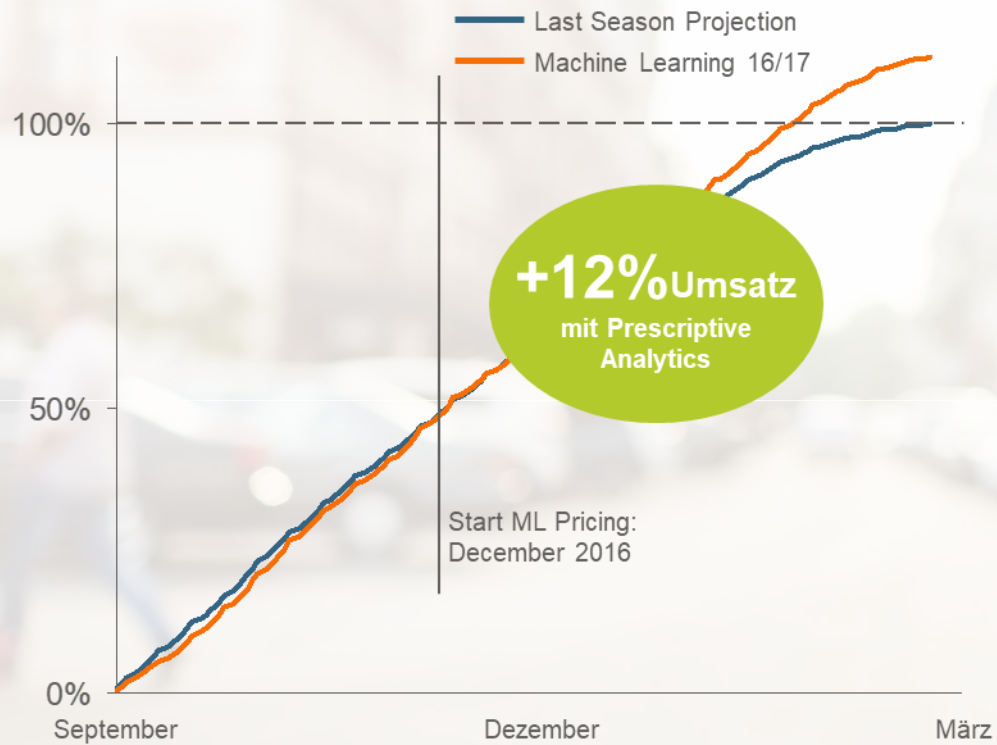
Aufbruchstimmung!

Aber wohin?



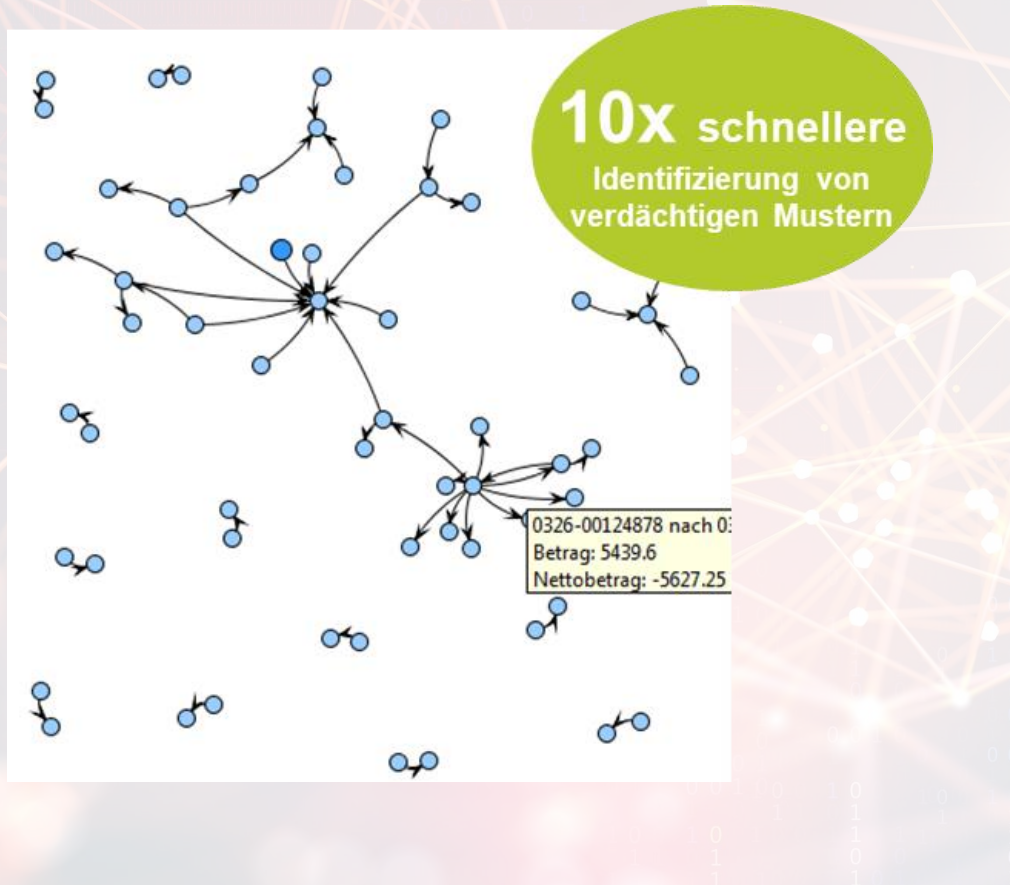
Mehrwert durch Data Analytics

Preissetzung mit Machine Learning stoppt den Abwärtstrend im Fashion-Verkauf eines Schweizer Händlers



Mehrwert durch Data Analytics

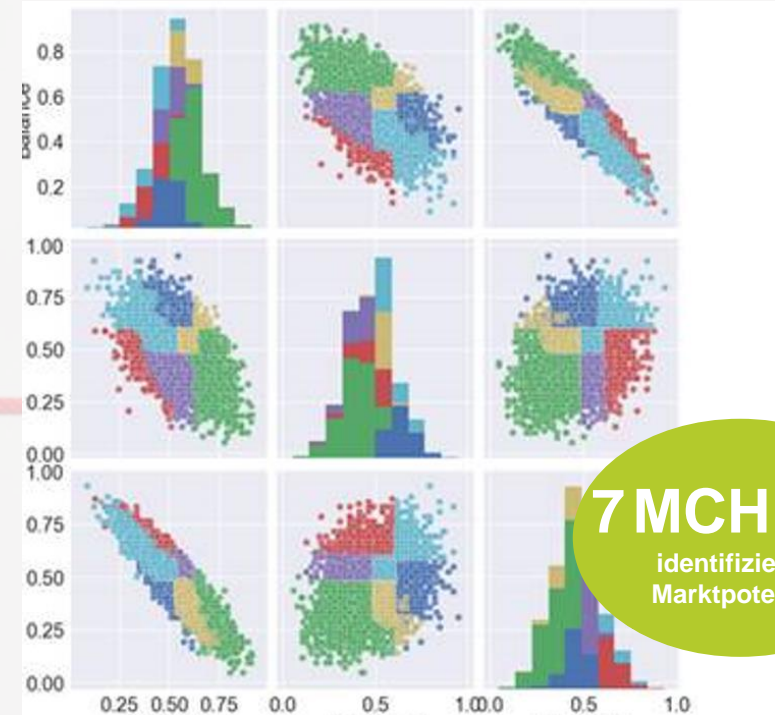
Visual Data Mining bringt
Betrugserkennung in einer Grossbank auf
den nächsten Level





Data Analytics

Marketing Data Science identifiziert
massives Marktpotential eines Telco-
Unternehmens



7 MCHF/Yr
identifiziertes
Marktpotential



Data Analytics

Wie navigiere ich sicher Richtung Ziel?

- **Das Ziel nicht aus den Augen verlieren** - Das eigentliche Ziel ist es, mit Datenanalyse Mehrwert zu schaffen. Daten sammeln und bereitstellen, Tools und explorative Analysen sind dabei nur mittel zum Zweck.
- **Strohfeuer vermeiden** - Lieber klein anfangen, flexibel bleiben und gezielt investieren statt mit der grossen Kelle anzurühren und dafür keinen langen Atem zu haben.
- **Keine Elfenbeintürme schaffen** – Data Science hat zu einem gewissen Grad Forschungscharakter, ist aber ein stark interdisziplinäres Thema. Data Scientists müssen im ganzen Unternehmen gut vernetzt sein, mitdenken, zum Mitdenken anregen und Begeisterung schaffen.
- **Trotz Hype pragmatisch und realistisch bleiben** – Richtig eingesetzt hat Data Analytics enormes Potential und kann ihr Unternehmen auf eine neue Stufe heben. Trotzdem bleibt Analytics ein Werkzeug, welches nicht alle Probleme von selbst löst – trotz der Versprechen einiger Toolhersteller.



Jonas Dischl
Dr. Inform., Dipl. Inform.
Senior Manager, Head of Data Analytics

+41 58 411 95 38
jonas.dischl@awk.ch