

REFERENZKUNDE

Die eCommerce-Analytics-Lösung der MEHRWERK GmbH im Einsatz bei **Chrono24**






Chrono24, globaler Händler von Luxusuhren seit 2003, kombiniert Tradition (Uhren) mit High-Tech (Internet) und setzt dabei auf seine Kernkompetenzen Web- und Mobile-Technologien. Mehr als 10.000 professionelle Händler und Privatverkäufer, über 90 Länder, mehr als 250.000 Uhren und über 10 Mio. Besucher im Monat – die Zahlen des globalen Players sprechen für sich.

IM EINSATZ BEI CHRONO24 | QlikView Enterprise Server / Publisher

Als globaler Online-Marktplatz hat Chrono24 enorme Datenmengen zu managen. Zur Datenanalyse (eCommerce und Web Analytics) nutzt der Online-Riese die Rohdaten von Google Analytics im Data Warehouse BigQuery (einen Google-Dienst zur Analyse großer Datenmengen) in Kombination mit dem internen CRM-System (Datenhaltung: MySQL DB). Um eCommerce-Kennzahlen und klassische CRM-Kennzahlen smart zu verheiraten und kombiniert zu betrachten, setzt Chrono24 auf die eCommerce-Analytics-Lösung von MEHRWERK. Teil der Gesamtlösung und Basis für die Datenaggregation aus BigQuery ist ein Java-basiertes Tool zur hochskalierbaren, parallelisierten Vorverarbeitung von BigQuery-Daten, deren Ergebnisse von QlikView weiterverarbeitet, mit CRM-Daten kombiniert und visualisiert werden. Manager und Produktverantwortliche des Uhrenhändlers erhalten hierdurch schnellen und komfortablen Zugang zu Real-time-Daten und können wichtige KPIs in visuell ansprechenden Dashboards beobachten und assoziativ in verschiedene Kontexte (Land, Jahr uvm.) setzen. Durch die Realisierung verschiedener „Sichten auf die Daten“ werden von jedem Verantwortlichen gezielt nur diejenigen Daten betrachtet, die für ihn relevant sind – egal ob Anzahl der Produktverkäufe, Preisentwicklungen, interessante Verhältnisse (private Seller vs. Dealer) oder sonstige Kennzahlen, die als Entscheidungsgrundlage für wichtige Maßnahmen dienen. Das Auswerten von separaten, isolierten Reports in den unterschiedlichen Vorsystemen gehört somit der Vergangenheit an.

MEHRWERTE

	Kombination verschiedener Datenquellen (Google BigQuery & CRM)
	Individuelle Sichten auf Daten
	Assoziative, kontextsensitive Datenanalyse

