

Die Position der Zukunft:

Mit zahlreichen
Fallbeispielen

Der Data Miner

Aufgaben – Kompetenzen – Instrumente

Aufgaben und Funktionen des Data Miner!

- Data Warehousing, Business Intelligence und Data Mining: Was steckt dahinter?
- Welche Informationen braucht das Management und die Fachabteilungen?
- Datenmuster suchen und bewerten
- Data Mining richtig nutzen: Vom statistischen Reporting zum Prognose-Tool

Ihr Ziel

- ✓ Methoden & Werkzeuge des Data Mining richtig anwenden!
- ✓ Daten systematisch analysieren!
- ✓ Informationen zielgruppenorientiert aufbereiten!
- ✓ Betriebliche Entscheidungsprozesse optimal unterstützen!

So werden aus Daten wertvolle Informationen!

- Die wichtigsten Methoden & Werkzeuge: Klassifikatoren, Clustering, Sequential Pattern & Co.
- Mit den richtigen Fragen zu konkreten Antworten gelangen
- Daten richtig interpretieren und bedarfsgerecht aufbereiten
- Visualisierungs-Tools im Überblick

Mit den Data Mining-Experten:

Franz Amesberger
TCI Consult GmbH

Rudolf J. Bauer
Paradigma Unternehmensberatung GmbH

So urteilen begeisterte Teilnehmer über Management Circle-Veranstaltungen

„Hoher Mehrwert durch starke Praxisorientierung!“

„Professionell und gut strukturiert!“

„Praxisnah und gute Fallstudien!“

Hoher Lernerfolg durch begrenzte Teilnehmerzahl!

Exklusiv am:

5. Juli 2007 in München




MANAGEMENT CIRCLE[®]
BILDUNG FÜR DIE BESTEN

Melden Sie sich jetzt an! Telefon-Hotline: 0 61 96/47 22-700

Warum dieses Seminar so wichtig für Sie ist

Der Erfolg eines Unternehmens hängt in der heutigen Zeit von der schnellen und fundierten Entscheidungsfindung durch das Management ab. **Doch die meisten Unternehmen ertrinken in der Flut Ihrer Daten! Wertvolle Informationen gehen verloren!**

Vor diesem Hintergrund gewinnt das Data Mining zunehmend an Bedeutung. Nur wer die richtigen Fragen stellt, erhält mit den entsprechenden Data Mining-Methoden wertvolle Antworten. Nutzen Sie die Chance, existierende Informationen als Grundlage unternehmerischer Entscheidungen zu nutzen.

In Ihrer Funktion als **Data Mining-Experte** nehmen Sie ganz vielfältige Rollen ein. Sie sind Detektiv, Analytiker, Informationslieferant und Ansprechpartner für die Fachabteilungen. **Machen Sie sich fit** und lernen Sie, den Anforderungen der unterschiedlichen Rollen gerecht zu werden.

Profitieren Sie von unserem Intensiv-Seminar und vertiefen Sie **kompakt** und **praxisorientiert** Ihr Data Mining-Wissen.

Ihr Nutzen aus diesem Seminar

- Sie informieren sich über die **wichtigsten Aufgaben** und **Funktionen** in Ihrer Rolle als Data Miner
- Sie erhalten einen **kompakten Überblick** über die zentralen **Methoden** und **Werkzeuge** des Data Mining
- Sie lernen die **Funktionsweise der einzelnen Verfahren** kennen
- Sie erfahren, wie Sie die relevanten **Daten zielgruppenorientiert** und bedarfsgerecht **aufbereiten**

Ihr besonderes PLUS

Profitieren Sie von innovativen, realisierten Anwendungen! Unsere Data Mining-Experten zeigen Ihnen anhand **konkreter Fallbeispiele** aus unterschiedlichen Branchen, die **Funktionsweise und Einsatzgebiete des Data Mining**.

Im Fokus:

- **Dynamisches Pricing im Einzelhandel**
- **Forderungsmanagement im Massengeschäft**

Sie haben noch Fragen?

Rufen Sie mich an oder schreiben Sie mir eine E-Mail. Gerne berate ich Sie persönlich und beantworte Ihre Fragen zum Seminar.



Nicole Blesinger

Nicole Blesinger
Konferenz Managerin
Tel.: 0 61 96/47 22-633
E-Mail: blesinger@managementcircle.de

Franz Amesberger

ist Experte im Bereich Data Warehousing. Er ist Geschäftsführer der **TCI Consult GmbH** in Wien und Frankfurt. TCI Consult ist ein herstellerunabhängiges Beratungsunternehmen und auf die organisatorische, technologische und betriebswirtschaftlich inhaltliche Beratung von Data Warehousing und Business Intelligence spezialisiert. Beratungsschwerpunkte von Franz P. Amesberger sind Projekt-Setting, Projektleitung, Mitwirken in Projektsteuereinkreisen bei Konzeption und Implementierung von Controlling- und Managementinformationssystemen, Data Warehousing, Customer Relationship Management, Balanced Scorecard, Supply Chain Management u.a. Themenstellungen. 1986 war er Mitbegründer von CBI (Competence in Business Intelligence), einem Technologie – Evaluierungszentrum und ist im Fachbeirat des Fachmagazins BI-Spektrum. Er ist seit 1986 im Consulting tätig und absolvierte eine technische Ausbildung in Maschinenbau sowie das Studium der Wirtschaftsinformatik.

Rudolf J. Bauer

ist Geschäftsführer der **Paradigma Unternehmensberatung** und Lektor an der Donau-Universität Krems zum Thema Data Mining und analytisches Kundenbeziehungsmanagement. Seit 1998 ist Rudolf J. Bauer beratend bei Data Mining-Projekten in den Segmenten Telekommunikation, Handel und Finanzdienstleistungen tätig.

NEU!

Ihr Management Circle-Veranstaltungsticket

Reisen Sie günstig mit der Deutsche Bahn AG an Ihren Veranstaltungsort: Von jedem beliebigen DB-Bahnhof und auch mit dem ICE!

Weitere Informationen zu Preisen und zur Ticketbuchung erhalten Sie mit Ihrer Anmeldebestätigung oder unter

www.managementcircle.de/bahn

Die Bahn

INHOUSE TRAINING

Zu diesen und anderen Themen bieten wir auch **firmeninterne Schulungen** an. Wir beraten Sie gerne und erstellen ein individuelles Angebot.



Christian Menzel
Tel.: 0 61 96/47 22-644
E-Mail: menzel@managementcircle.de

3 gute Gründe, dieses Seminar zu besuchen

- Sie verschaffen sich einen **kompakten Überblick** über die Herausforderungen, Aufgaben und Werkzeuge des Data Mining!
- Sie lernen, die **Daten** mit den richtigen Mitteln **zielgruppengerecht aufzubereiten!**
- Sie profitieren von den **wertvollen Expertentipps** und zahlreichen **praktischen Fallbeispielen!**

Aus Daten wertvolle Informationen machen!

Ihr Seminarteam:

Franz Amesberger, Geschäftsführung, **TCI Consult GmbH**, Wien
Rudolf J. Bauer, Geschäftsführer, **Paradigma Unternehmensberatung GmbH**, Wien

Welche Leistungsfähigkeit bringen analytische Informationssysteme

- Data Warehousing, Business Intelligence und Data Mining
- Die sich wandelnden Ansprüche im Life Cycle Modell
 - Statisches Reporting
 - Analyse und Ad-hoc-Anfragen
 - Prognose und Forecast
- Trends und Entwicklungen auf Anbieterseite und Anwenderunternehmen
- Fallstricke in der Praxis
 - Die Datengrundlage
 - Verfügbare Tools
 - Einbettung in die Geschäftsprozesse

Position der Zukunft: Der Data Miner als Informationslieferant

- Die Herausforderungen des Data Mining
- Die unterschiedlichen Rollen des Data Miner
- Organisatorische Verankerung des Data Mining
- Schnittstelle zu den Informationsnutzern

Der Data Miner: Die wichtigsten Aufgaben und Funktionen

- Versorgung des Management mit relevanten Daten: Welche Daten sind gefordert?
- Informationen als Grundlage unternehmerischer Entscheidungen nutzen
 - Analysen im Marketing: Kundensegmentierung
 - Zielgruppenidentifikation und Kundenwertanalysen
 - Kundenlebenszyklusanalysen
 - Intrusion Detection
 - Kündigungsanalyse
 - Kreditwürdigkeitsprüfung
 - Web-Mining: Analytisches Controlling
- Große Datenbestände systematisch analysieren und auswerten
- Muster in den Daten identifizieren

Methoden und Werkzeuge des Data Miner: Wie aus Daten Informationen werden

Klassifikatoren: Verfahren für große Datenbestände

- Die wichtigsten Anwendungsgebiete
 - Kundensegmentierung
 - Bonitätsbewertung
 - Kreditscoring
 - Scorekartenentwicklung
- Methoden und Analysemöglichkeiten
- Aufstellen von Klassifikationsmodellen
- Informationsobjekte in Klassen zuteilen
- Definition von objekt- und umweltspezifischen Eigenschaften

Segmentierungsverfahren: Clustering

- Die wichtigsten Anwendungsgebiete
- Techniken für das Durchführen von Clusteranalysen
- Anordnen von Fällen in Gruppen anhand gemeinsamer Werte (Attribute)
- Definition von Attributen
- Ableitung von Handlungsmaßnahmen: Personalisierte Interaktionen

Sequential Patterns: Verbundanalysen

- Anwendungsgebiete analysieren
- Methoden zur Durchführung der Analyse
- Warenkorbanalyse und Abfolge von Produktkäufen: Analyse von zeitbezogenen Daten
- Stellung und Bedeutung der Verbundanalyse im Rahmen der Marketingplanung
- Besonderheit des Temporal Data Mining

Daten zielgruppenorientiert und bedarfsgerecht aufbereiten

- Welche Daten fordert das Management?
- Auswahl der geeigneten Methode
- Abbildung der Reportingdaten und -prozesse: Überblick und Klassifizierung von Visualisierungs-Tools
- Interpretation der Ergebnisse: Grafiken alleine sind nicht alles!
- Akzeptanz der Ergebnisse bei den Informationsnutzern: Ein Dilemma und wie man damit umgeht

Fallbeispiele:

Anhand konkreter Fallbeispiele lernen Sie die Funktionsweise und das Einsatzgebiet des Data Mining kennen. Profitieren Sie von ausgewählten Best Practice-Beispielen!

Im Fokus:

- Dynamisches Pricing im Einzelhandel
- Forderungsmanagement im Massengeschäft

Zusammenfassung der Seminarergebnisse durch das Seminarteam und Möglichkeit für abschließende Fragen

Seminarablauf

ab 8.45 Uhr	Empfang mit Kaffee und Tee, Ausgabe der Seminarunterlagen
9.30 Uhr	Beginn des Seminars
12.30 Uhr	Gemeinsames Mittagessen
18.00 Uhr	Ende des Intensiv-Seminars

Warum Sie dieses Seminar besuchen sollten

- Sie verschaffen sich einen **kompakten Überblick** über die **Herausforderungen, Aufgaben** und **Werkzeuge des Data Mining!**
- Sie lernen, die **Daten** mit den richtigen Mitteln **zielgruppen-gerecht aufzubereiten!**
- Sie profitieren von den **wertvollen Expertentipps** und zahlreichen **praktischen Fallbeispielen!**

Wen Sie auf diesem Seminar treffen

Mit diesem Seminar wenden wir uns an **Data Miner**, Leiter und leitende Mitarbeiter aus dem Bereich **Data Mining, IT, EDV, Data Warehouse, Business Intelligence, Unternehmensplanung, Controlling** und **Marketing**. Weiterhin angesprochen werden mit dem Seminar alle, die sich zukünftig verstärkt mit dem Thema Data Mining auseinandersetzen und einen kompakten Überblick suchen. Außerdem sind **Mitglieder der Geschäftsführung** sowie an der Thematik interessierte **Unternehmensberater** angesprochen.

Termin und Veranstaltungsort

5. Juli 2007 in München

NH München Neue Messe
Eggenfeldener Straße 100
81929 München
Tel.: 089/99345-0
Fax: 089/99345-400
E-Mail: nhmuenchenneuemesse@nh-hotels.com

Zimmerreservierung

Für die Seminarteilnehmer steht im Tagungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent zum Vorzugspreis zur Verfügung. Nehmen Sie die **Reservierung bitte rechtzeitig selbst direkt im Hotel** unter Berufung auf Management Circle vor. Die Anfahrtsskizze erhalten Sie zusammen mit der Anmeldebestätigung.

So melden Sie sich an

Bitte einfach die Anmeldung ausfüllen und möglichst bald zurücksenden oder per Fax, Telefon oder E-Mail anmelden. Sie erhalten eine Bestätigung, sofern noch Plätze frei sind – andernfalls informieren wir Sie sofort. Die Anmeldungen werden nach Reihenfolge der Eingänge berücksichtigt.

Ihre Service-Hotlines

Anmeldung:

Sabine Metzner
Telefon: 0 61 96/47 22-700 oder
0 61 96/47 22-0 (Telefonzentrale)
Fax: 0 61 96/47 22-999
Per Post: Management Circle AG
Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts.
Hauptstraße 129, 65760 Eschborn/Ts.
E-Mail: anmeldung@managementcircle.de

Kundenservice:

Stephan Wolf
Telefon: 0 61 96/47 22-800 (Fax: -888)
E-Mail: kundenservice@managementcircle.de

Adressänderung:

Sabine Güven
Telefon: 0 61 96/47 22-500 (Fax: -562)
E-Mail: marketingservice@managementcircle.de

Datenschutz-Hinweis:

Sie können bei uns der Verwendung Ihrer Daten widersprechen, wenn Sie in Zukunft keine Prospekte mehr erhalten möchten. (§28 VI BDSG)

Die Teilnahmegebühr für das eintägige Seminar beträgt inkl. Mittagessen, Erfrischungsgetränken und der Dokumentation € 1.145,-. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Sollten mehr als zwei Vertreter desselben Unternehmens an der Veranstaltung teilnehmen, bieten wir **ab dem dritten Teilnehmer 10% Preisnachlass**. Bis zu zwei Wochen vor Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. Danach oder bei Nichterscheinen des Teilnehmers berechnen wir die gesamte Tagungsgebühr. Die Stornierung bedarf der Schriftform. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Der Data Miner

Ich/Wir nehme(n) teil am:

5. Juli 2007 in München

07-54475

1

NAME/VORNAME

POSITION/ABTEILUNG

2

NAME/VORNAME

POSITION/ABTEILUNG

3

NAME/VORNAME

POSITION/ABTEILUNG

MITARBEITER: BIS 100 100-200 200-500 500-1000 ÜBER 1000

FIRMENNAME

STRASSE/POSTFACH

PLZ/ORT

TELEFON/FAX

Warum Ihre E-Mail-Adresse wichtig ist!

Sie erhalten so schnellstmöglich eine Bestätigung Ihrer Anmeldung, damit Sie den Termin fest einplanen können.

E-MAIL

(MIT NENNUNG MEINER E-MAIL-ADRESSE ERKLÄRE ICH MICH EINVERSTANDEN, ÜBER DIESES MEDIUM INFORMATIONEN DER MANAGEMENT CIRCLE GRUPPE ZU ERHALTEN.)

DATUM

UNTERSCHRIFT

ANSPRECHPARTNER/IN IM SEKRETARIAT:

ANMELDEBESTÄTIGUNG BITTE AN:

ABTEILUNG

RECHNUNG BITTE AN:

ABTEILUNG

Bitte rufen Sie mich an, ich interessiere mich für

- Inhouse Trainings
- E-Learning
- Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten

Über Management Circle

Management Circle steht für *WissensWerte* und ist anerkannter Bildungspartner der Unternehmen. Mit kompetenten Bildungsleistungen garantieren wir durch unsere Erfahrung Fach- und Führungskräften nachhaltigen Lernerfolg. Vom praxisnahen Seminar bis zur richtungsweisenden Kongressmesse – vom individuell konzipierten Inhouse Training, praxisorientierten schriftlichen Management-Lehrgang bis zum innovativen E-Learning erhalten Sie alles aus einer Hand. Mit über 40.000 Teilnehmern bei unseren Präsenzveranstaltungen im vergangenen Jahr gehört die Management Circle AG zu den Marktführern im deutschsprachigen Raum. Unser aktuelles und vollständiges Bildungsangebot finden Sie unter: www.managementcircle.de.

Aktuelle Veranstaltungsangebote: www.managementcircle.de