



Parsionate

porta



porta revolutioniert Kauferlebnisse mit Künstlicher Intelligenz

Neue Maßstäbe im Mittelstand



KI-Driven: porta bereichert das Einkaufserlebnis mit intelligenten Lösungen

Trotz aller wirtschaftlichen Herausforderungen – porta befindet sich auf Wachstumskurs. Damit das auch in Zukunft so bleibt, investiert das Einrichtungsunternehmen in Marketing Automation und künstliche Intelligenz. Käuferlebnisse sollen stärker personalisiert werden, digitale und reale Welten verschmelzen. Für die Entwicklung eines KI-Algorithmus holte porta Parsionate an Bord und ist mit den ersten Ergebnissen des smarten Systems hochzufrieden.

Das Unternehmen

porta gehört zu den größten familiengeführten Einrichtungsunternehmen in Deutschland. 1965 als einzelnes Möbelhaus gegründet, ist porta heute eine Unternehmensgruppe mit 4 Marken und 140 Standorten in Deutschland, Tschechien und der Slowakei. Die Mission: „Stolzer Vermittler erfolgreicher Mensch-Möbel-Beziehungen“ zu sein. Auch als Arbeitgeber ist porta beliebt: Im Jahr 2022 erwirtschafteten rund 7.300 Mitarbeitende einen Jahresumsatz von circa 1,34 Mrd. Euro.



Business Case

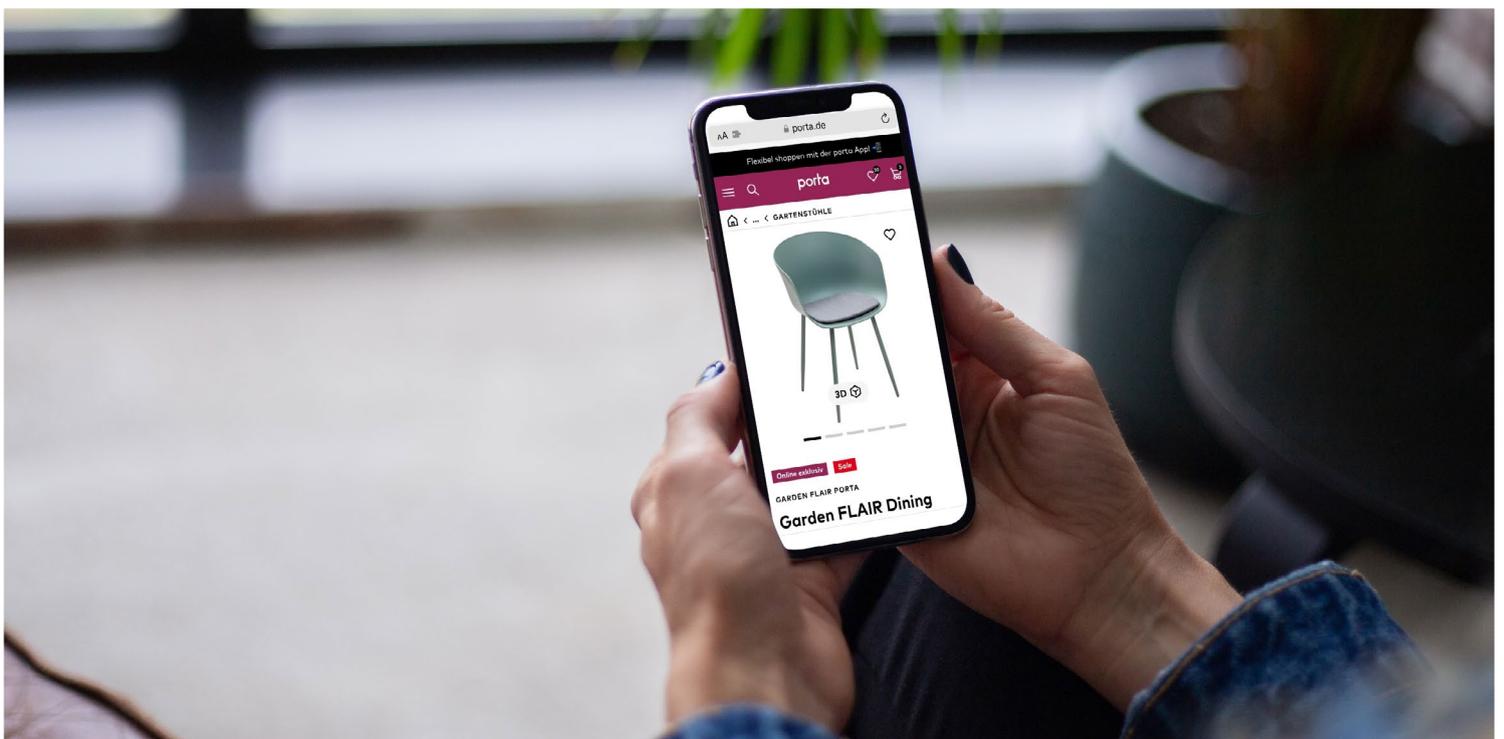
porta wächst und das seit Jahren. Um auch in Zukunft als Familienunternehmen dem intensiven Wettbewerb zu trotzen, investiert das Unternehmen konsequent in seine Transformation vom stationären Einzelhändler zum gefragten Omnichannel-Anbieter. Mit Unterstützung von Parsionate entwickelte porta eine zentrale Kundendatenbank und wagte sich als eines der ersten

mittelständischen Möbelunternehmen in Deutschland daran, künstliche Intelligenz für eine verbesserte Customer Experience einzuführen. Das Ziel: Kunden entlang der gesamten Customer Journey, offline sowie online, interessensspezifisch zu unterstützen und Einrichtungsprojekte mit digitalen Tools zu einem intuitiven und inspirierenden Erlebnis zu machen.

Neue Prioritäten unter schwierigen Bedingungen

Die Corona-Pandemie hat in vielen Unternehmen den Digitalisierungsturbo gezündet. Auch bei porta. „In einer Zeit, in der wir uns konzentriert und viele Projekte pausiert haben, haben wir das Data-Science-Team aufgebaut und **keine Investitionen bei unseren wichtigen Datenprojekten gekürzt**“, berichtet Christian Walka, Leiter CRM bei porta. Sein Team ist für die Pflege und den Ausbau der Kundenbeziehungen verantwortlich – und in enger Zusammenarbeit mit der IT, für die technische Infrastruktur, die dafür nötig ist.

Wie alle Einzelhändler beobachtet porta seit Jahren, dass sich Kundenerwartungen verändern und Online-Shopping Marktanteile gewinnt. Damit Kunden online noch schneller fündig werden und das Unternehmen Käuferlebnisse vor Ort mit Augmented Reality und persönlichen Empfehlungen aufwerten kann, brauchte porta zunächst **ein besseres Verständnis seiner Kunden**. Hierfür mussten Daten zu Kundeninteressen und -verhalten zugänglicher werden. Die Herausforderung für Christian Walka: „Wir waren zu Beginn nur ein kleines Team, eine Handvoll Mitarbeiter aus IT und Marketing.“



KI-Vorreiter im Mittelstand

Während Global Player wie Amazon einen Trend erkennen und ihn mit voller Manpower in wenigen Monaten selbst adaptieren, müssen mittelständische Unternehmen mit begrenzten Ressourcen arbeiten. Strategische Projekte müssen hinter dem drängenden Tagesgeschäft zurückstehen. Das Team wollte zeigen, dass sich die Innovationsanstrengungen für porta dennoch lohnen. Sie holten 2020 Parsionate an Bord:

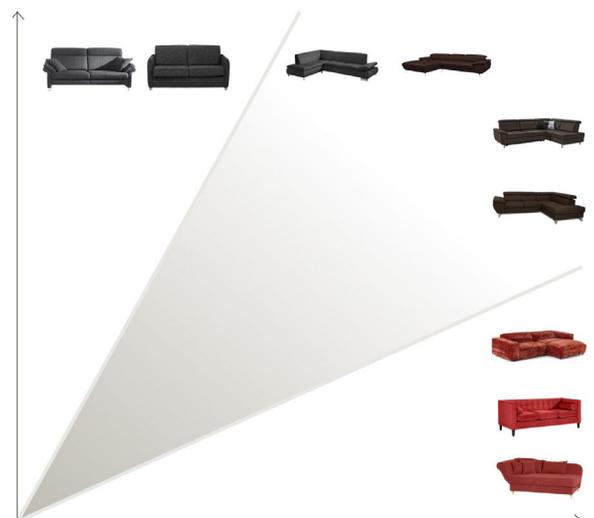
„Wir wollten schnell erste Erfolge sichtbar machen und das mit einem Partner, der uns in der Zusammenarbeit nicht abhängig macht, sondern zur Autonomie befähigt. Deswegen fiel die Wahl auf Parsionate.“

In einem Invention-Projekt widmeten sich Parsionate und das porta Team einer Schlüsselstelle der Transformation: Sie legten eine zentrale Kundendatenbank an, eine Voraussetzung, um Kunden personalisiert über alle Kommunikationskanäle hinweg anzusprechen. „Das war ein Meilenstein“, so Walka. Kunden, die am Laptop Produkte recherchieren, können ihren Einkauf jetzt beispielsweise nahtlos über die App fortsetzen. Mitarbeiter im Kundensupport sehen die bisherigen Kontakte und Käufe des Anrufers und können schneller weiterhelfen, um nur zwei Anwendungsfälle zu nennen. Doch hier wollte porta nicht stehen bleiben. Also entwickelte Parsionate für das Team einen KI-basierten Ähnlichkeitsalgorithmus.

KI-GESTÜTZTE RETARGETING-STRATEGIE

Die Nutzer führen im Online-Shop des Einrichtungsunternehmens zwar Millionen Suchen aus, doch wie so oft im E-Commerce bleibt es häufig beim digitalen Schaufensterbummel. Mithilfe des von Parsionate entwickelten Algorithmus, in Kombination mit der Kundendatenbank, kann porta diesen Nutzern jetzt über Retargeting visuell ähnliche Produkte in einer ähnlichen oder aber auch günstigeren Preisklasse vorschlagen.

Die Empfehlungen werden zunächst automatisiert via E-Mail-Marketing ausgespielt, in Zukunft sollen weitere Kanäle folgen.



Veranschaulichung des Ähnlichkeitsalgorithmus

STEVEN JONES, PARSIONATE

„porta gehörte zum Start des KI-Projekts zu den Vorreitern im deutschen Mittelstand. Erst eineinhalb Jahre später sehen wir, dass die Mitbewerber in der Breite aufwachen – und nachziehen wollen.“

Steven Jones, Director AI & Analytics und Projektverantwortlicher bei Parsionate



Mehr künstliche Intelligenz, weniger Kosten

Das Projekt diente als Türöffner: Es zeigte, dass die IT in relativ kurzer Zeit ein Data-Science-Projekt umsetzen kann – und das mit konkretem Mehrwert für das gesamte Unternehmen. Walka ist von Projektverlauf und Ergebnis begeistert.

Das Marketing konnte die Öffnungsraten von E-Mails dank personalisierter Inhalte um **50 Prozent** erhöhen, die Klickraten ebenfalls **verdoppeln**.

Die Auflage von Massenmailings wurde deutlich reduziert, stattdessen fokussiert porta nun hochsegmentierte E-Mails – in der Automation sogar individualisierte. Neben dem Marketing profitieren auch andere Abteilungen von der neuen KI-Power.

porta hat mittlerweile ein eigenes Data Science Team aufgebaut, um weiter eigenes Know-how aufzubauen und unterschiedliche Use Cases für Vertrieb, Marketing und Kundenservice umzusetzen. Seit der Corona-Pandemie richten sie ihre Arbeit noch stärker als bisher an den Kundeninteressen aus.

Der Service-Gedanke und der Anspruch einer bestmöglichen Kundenerfahrung bleibt für porta auch in Zeiten von Wirtschaftskrise und Inflation der wichtigste Handlungskompass.

CHRISTIAN WALKA, PORTA MÖBEL

„Die ersten Ergebnisse unseres KI-Projekts sind sehr gut. Werbeeffizienz und Responsequoten haben sich durch den datengetriebenen Ansatz sichtbar verbessert.“

Christian Walka, Head of CRM bei porta Möbel



KI-Projekt beschleunigt Unternehmenstransformation

porta ist entschlossen, seinen Kurs der digitalen Transformation fortzusetzen. „Die interne Wahrnehmung von Data Science hat sich durch das Projekt und die schnellen Ergebnisse verändert.“

Der Ähnlichkeitsalgorithmus machte das Potenzial von KI im Unternehmen greifbar, ein Ausrollen auf andere Marken ist geplant.

„Das ist der Vorteil von selbst entwickelten Algorithmen. Man kann sie flexibel verwenden“, sagt Parsionates Projektverantwortlicher Steven Jones. „Das wirtschaftliche Potenzial voll auszuschöpfen, wird jetzt portas Aufgabe für die nächsten Monate und Jahre.“

Parsionate wird als Sparringspartner und Impulsgeber für den weiteren Ausbau der digitalen Initiativen von porta bereitstehen. Die nächsten Transformationsprojekte laufen bereits: Neben weiteren KI-Projekten setzt porta verstärkt auf 3D/Augmented Reality (AR). Besucher der Geschäfte sollen in Zukunft via App digitale und reale Welten verschmelzen lassen können, um einen für sie individuell relevanten Blick bei breitem Sortiment zu erlangen und sich leichter zwischen Produkten zu entscheiden. Ganz nach dem Motto: Wo die Vorstellungskraft an ihre Grenzen gerät, springt Technologie ein. Welche Anwendungen genau geplant sind, möchte man noch nicht verraten, doch noch in diesem Jahr sollen weitere neue Services veröffentlicht werden.



Parsionate

Genug gelesen. Reden wir!

Daten sind die Grundlage für viele Business-Initiativen. Nutzen Sie die Möglichkeit, sich mit Experten über Ihre spezifischen Herausforderungen auszutauschen. Durch unsere langjährige Erfahrung aus zahlreichen Kundenprojekten können wir selbst individuelle Situationen gut einschätzen und erste Schritte zur Lösung aufzeigen.

[+ Parsionate kennenlernen](#)

Über Parsionate

Daten sind der Kern der Digitalen Transformation. Seit 2013 begleiten wir Unternehmen auf ihrem Weg als Partner mit unserer gesamten Expertise. Fokussiert auf Daten und End-to-End: von der Strategieentwicklung bis hin zur technischen Umsetzung.

Wir sind das Data Leadership Team! Denn mit unserem Fokus auf Daten sehen wir unsere Verantwortung langfristiger und weitreichender als in erfolgreicher Beratungs- und Umsetzungsarbeit. Wir wollen mehr und wir wollen tiefer gehen. Unsere Vision ist, dass unsere Kunden die Möglichkeiten, die Data & Analytics bietet, smarter und effizienter als der Wettbewerb nutzen. Daran arbeiten wir jeden Tag mit mehr als 200 Expertinnen und Experten an unseren Standorten in Europa. Für internationale Marktführer wie Hapag Lloyd, Hoffmann Group, Festo, Stihl und Dekra.

Motorstraße 25
70499 Stuttgart
Germany

+49 711 758 866 600
kontakt@parsionate.com
parsionate.com

