

Kundenwertbasierte dynamische Preisgestaltung

mit Hilfe von KI, Netzwerkanalyse & maschinellem Lernen

präsentiert für die WKÖ Digitalks

Carmen Bischof
2025

E: carmen.bischof@bubo.ai
W: www.bubo.ai

- Gründung 2019
- ISO 9001 & ISO 27001 zertifiziert seit 2020
- Kunden weltweit
- Fokus auf B2B Handel & Großhandel
- Preisgekrönte KI-Lösung für Preisoptimierung
- Kooperationen mit Universitäten & KI-Instituten
- Microsoft Partner für neue Technologien

computing
AI & Machine
Learning Awards
2020

WINNER
Best Emerging
Technology in AI Award



Gartner

wirtschafts
agentur
wien

Für die
Stadt Wien

Microsoft





Wer ist bereit,
mehr zu zahlen?

Wem können wir am besten helfen?



- **B2B-Unternehmen mit komplexen Strukturen** an Kunden (>5.000) und Produkten (>5.000) profitieren am meisten von der KI-Rechenleistung.
- Wir unterstützen Unternehmen wie z.B. **Großhändler, Vertriebsunternehmen, Handelsfirmen** usw.
- Für 30.000 Kunden und 30.000 Produkte werden **Milliarden an Berechnungen** benötigt, um die optimalen Preise zu berechnen.





Ein halber Liter Wasser in einer Plastikflasche

€4,95

Für jeden,
der fragt



Supermarkt

€ 0,75



Kino

€ 3,40



All Inclusive Urlaub

€ 0

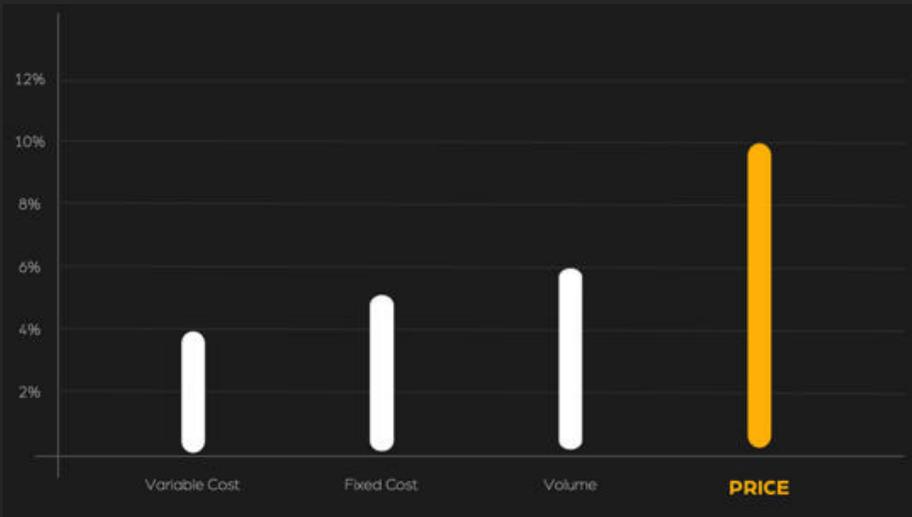


Wüste

€ 1234??

Preis ist **der effektivste Hebel** für mehr Profit

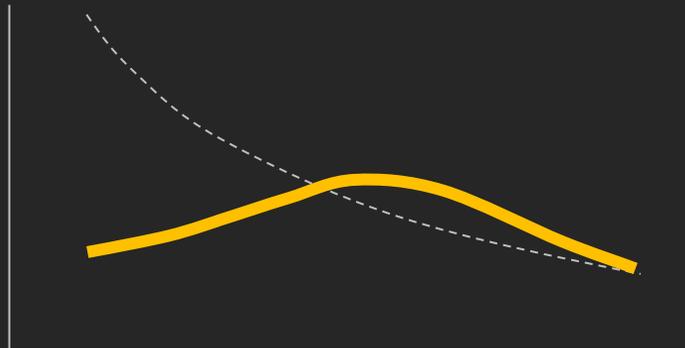
Preis als mächtigster Faktor



Mit konventionellen Mitteln allerdings schwer zu (be)greifen – Excel hat nur **17.179.869.184 Zellen**



Absatz



Profit

Preis

Mit KI haben Sie erstmals die Rechenleistung zur Verfügung, um **ALLE Transaktionen** (pro Kunde, Produkt, Situation...) miteinander zu vergleichen und **den jeweils optimalen Preis zu empfehlen**.

z.B. 30.000 Produkte / 35.000 Kunden > **über eine Milliarde Berechnungen**

Die Daten in Ihrem Unternehmen sind Gold wert –

Aber die meisten Firmen haben Daten, Daten, Daten und trotzdem null Information

Wir nutzen KI als riesige Rechenmaschine, die Berechnungen immer und immer wieder durchführt, Daten & Datenklassen evaluiert & klassifiziert sowie Beziehungen und Verbindungen herstellt und aus den eigenen Berechnungen lernt.

- Ohne Jammern über die monotone Tätigkeit (Mensch)
- Ohne rasch an die Grenzen des Machbaren zu stoßen (Excel)

Es gibt noch einen wichtigen aktuellen Grund.

Aber dazu ganz am Ende.

Dynamische Preisempfehlungen

- Auf Basis der Einflussfaktoren auf den Preis
- Direkt **im gewohnten System des Kunden** (Rechnungswesen, Angebotssystem, CRM, Business-Plattform...)
- Sicherer Datentransfer
- Pro Kunde, pro Produkt, pro Situation (Wetter, Wochentag, Simulation...)
- Basierend auf Daten und Feedbackloops
- Mit **Rückmeldung zum erzielten Ergebnis pro Transaktion**



Produktkosten

Datum & Tageszeit

Vertrieb

Kunden

Zusatzwert

Saisonalität

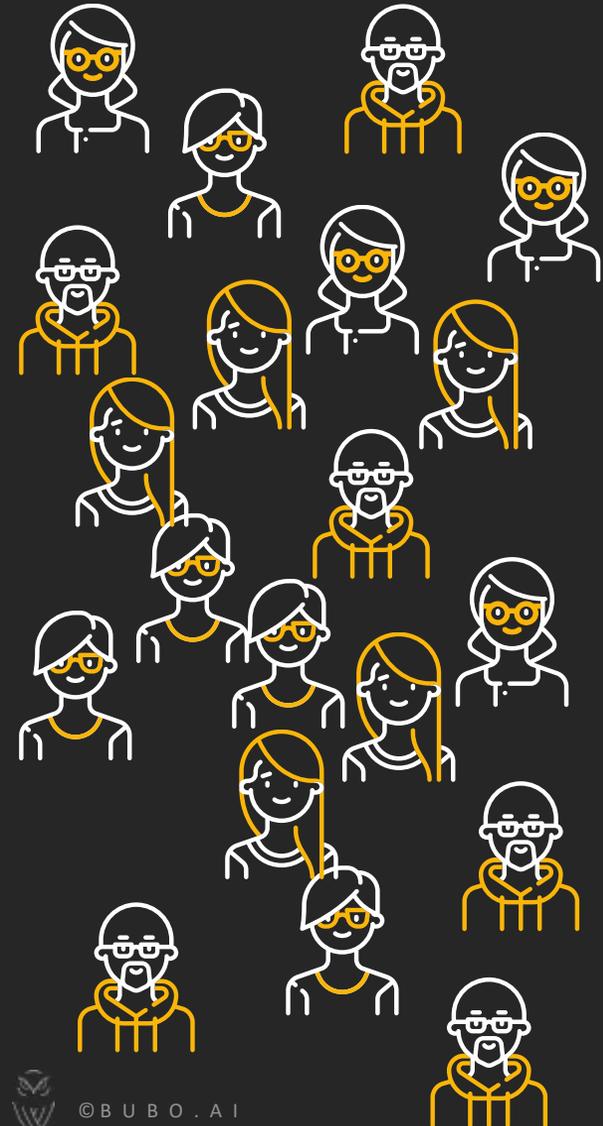
Kundenwertbasierte Preisgestaltung bedeutet Umdenken



Dynamische Preisgestaltung setzt voraus, Vorstellungen vom „Kunden“ zu überdenken – weg vom namentlich bekannten Partner zur unbekanntem Größe.

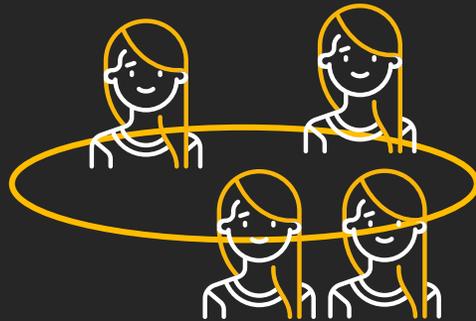
Verhaltensbasierte Mikrosegmentierung

Kunden

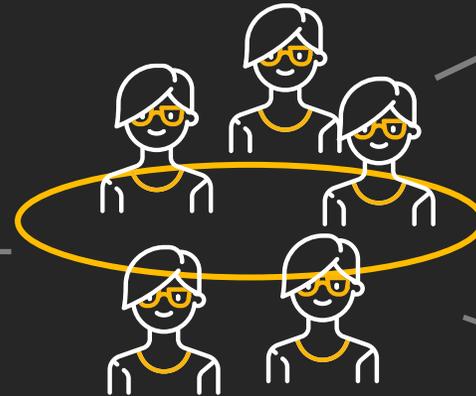


Beispiele von Variablen

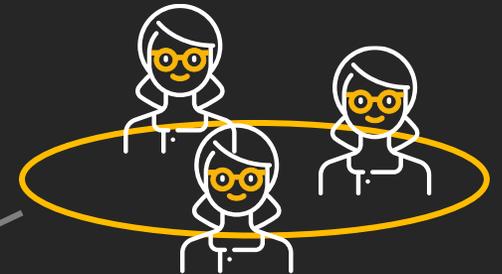
Wie oft haben die Kunden eingekauft?



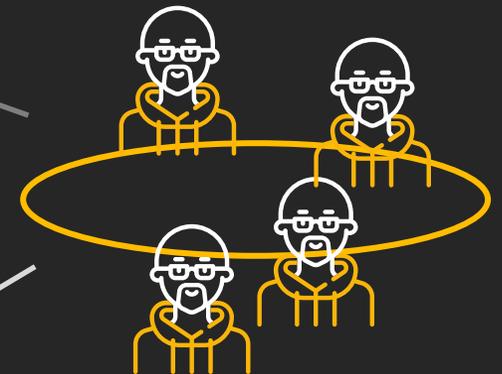
Wann haben sie das letzte Mal eingekauft?



Wieviel haben sie eingekauft?



Welches Produkt haben sie das letzte Mal eingekauft?



Mikrosegmentierung als Basis zur Preisfestsetzung

Der **optimale Preis pro Kunde und Produkt** wird in einem 3-Schritt Prozess definiert. Das Ergebnis wird mit Preissimulationen und Analyse der Preissensitivität festgelegt.

SCHRITT 1

Identifikation von **verhaltensbasierten Kundensegmenten** mit ähnlichen Produkt- & Markenmix



SCHRITT 2

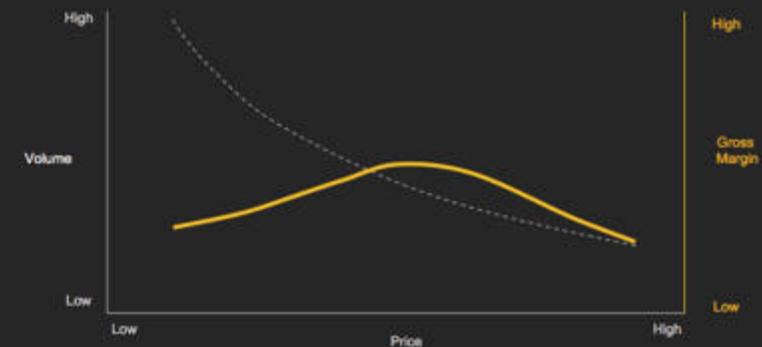
Messung der **Preissensitivität für jeden Kunden** und Vergleich mit der Gesamtheit & mit jedem anderen Kunden



Kunden mit unterschiedlicher Preissensitivität

SCHRITT 3

Definition des **optimalen Preises pro Kunde und Produkt**, Bestimmung der Akzeptanzwahrscheinlichkeit, Profitmaximierung





Vorhersage von Kundenabwanderung



Treu



Untreu



Organisation von Rabattregeln



FAIR –
beobachten



UNFAIR -
modifizieren



UNFAIR –
ändern



Umfassende kundenwertbasierte Preisoptimierung



3 Projektschritte



NDA

Profit
in €



1. PROFIT CHECK

Abklärung der Datenqualität & Ergebnisschätzung

gratis

2-3 WOCHEN



2. PROFIT PROOF POC

Einrichten des Systems, A/B-Test an einzelnen Produkten/Produktgruppen, Kunden/Kundengruppen

Einmalige Projektkosten

Spezialangebot für Teilnehmer heute

4-6 WOCHEN



3. PROFIT GAIN

Umsetzung der Lösung im gesamten Unternehmen, laufende Erfolgsmessung

Implementierungskosten
+
Monatliche Kosten

8-12 WOCHEN

1. Profit Check: Mindestanforderungen

DATA REQUIREMENTS FOR A PROFIT CHECK							Bubo.AI
NO	COLUMN	EN	DE	DATA TYPE	ADDITIONAL	REMARKS	
1	DOCUMENT TYPE	Type of transaction	Art der Transaktion	Text	I(Invoice) & C(Credit)	required	
2	DOCUMENT NUMBER	Invoice/credit no.	Rechnungs-/Gutschriftnummer	Numeric		required	
3	DATE	Date of invoicing	Rechnungsdatum	Date	DD MM YYYY	required	
4	SALES QUANTITY	Total sold quantity	Gesamtverkaufsmenge	Numeric		required	
5	SALES AMOUNT	Total sales price	Gesamtverkaufspreis	Numeric		required	
6	SALES BRANCH ID	Sales branch number	Filialnummer	Numeric		required	
7	SALES BRANCH NAME	Sales branch name	Filialname	Text		optional	
8	SALES COST	Cost of goods sold	Kosten der verkauften Ware	Numeric		optional	
9	SALES PERSON ID	Sales person ID	Verkäufernummer	Numeric		optional	
10	SALES PERSON NAME	Sales person name	Verkäufername	Text		optional	
11	CUSTOMER NUMBER	Customer ID/number	Kundennummer	Numeric		required	
12	CUSTOMER NAME	Customer name	Kundenname	Text		optional	
13	CUSTOMER GROUP	Customer group	Kundengruppe	Numeric		optional	
14	PRODUCT NUMBER	Product number	Artikelnummer	Text		required	
15	PRODUCT NAME	Product name	Artikelbezeichnung	Text		optional	
16	PRODUCT GROUP	Product group	Produktgruppe	Text		optional	

1. Profit Check: typische Ergebnisse

1.1 Ihre Ergebnisse im Überblick

- Der Profitcheck wurde für folgenden Zeitraum durchgeführt: **XXX**
- Berücksichtigt wurde ein Gesamtumsatz von kEUR (Gutschriften nicht inkludiert)

TEIL 1: Zusätzliche Chancen in der Preisgestaltung | Modul **dbx**
XXX kEUR Potenzielle Margen-/Profitverbesserung

TEIL 2: Zusätzliche Chancen in Kundenbindung und Produktempfehlung | Module **cbx & xbx**
XXX kEUR Potenzielle Umsatzchance

Zur Analyse zusätzlicher Margen- und Umsatzchancen wurden der **Price Fairness Index™** herangezogen. Darin inkludiert sind Preissensitivität, Kunden- & Produktsegmentierung und Risikoevaluierung.

2.2 Bis zu **XXX kEUR** zusätzliche Margenchancen

NICHT INKLUDIERT

Zusätzliche Margenchance bis zu **XXX kEUR** (X,X% Preisänderung)

Gesamte Margenchance bis zu **XXX kEUR** (X,X% Preisänderung)

CHANCE **XX%** vom Umsatz

4.2 Das Potenzial durch Zusatzverkäufe beträgt bis zu **XX kEUR**

ERKLÄRUNG

Das zusätzliche Potenzial wurde aufgrund von 12 Monaten an Daten berechnet und berücksichtigt nur Produkte mit einer Verkaufswahrscheinlichkeit über 60%.

In der Analyse wurde auch berücksichtigt, dass im Paket verkaufte Produkte eventuell einen niedrigeren Preis erzielen (Durchschnittspreis).

Die Wahrscheinlichkeit von zusätzlichem Umsatzpotenzial ist höher, wenn 2 oder mehr Jahre an Transaktionsdaten analysiert werden (besser Identifikation von Zusatzverkäufen).

	UMSATZ	MARGENCHANCE	Chance in %
GESAMT	€ -	€ -	%
Top 10 Produktgruppen	€ -	€ -	%
Restliche Produktgruppen	€ -	€ -	%

TOP 10 PRODUKTGRUPPEN	UMSATZ	MARGENCHANCE	Chance in %
Produktgruppe 1	€ -	€ -	%
Produktgruppe 2	€ -	€ -	%
Produktgruppe 3	€ -	€ -	%
Produktgruppe 4	€ -	€ -	%
Produktgruppe 5	€ -	€ -	%
Produktgruppe 6	€ -	€ -	%
Produktgruppe 7	€ -	€ -	%
Produktgruppe 8	€ -	€ -	%
Produktgruppe 9	€ -	€ -	%

2.3 Mögliche Verbesserungen pro Produktgruppe

	UMSATZ	ZIELUMSATZ	in %	MARGENCHANCE	Preiserhöhung in %
GESAMT	€ -	€ -	%	€ -	%
Top 10 Produktgruppen	€ -	€ -	%	€ -	%
Restliche Produktgruppen	€ -	€ -	%	€ -	%

TOP 10 PRODUKTGRUPPEN	UMSATZ	ZIELUMSATZ	in %	MARGENCHANCE	Preiserhöhung in %
Produktgruppe 1	€ -	€ -	%	€ -	%
Produktgruppe 2	€ -	€ -	%	€ -	%
Produktgruppe 3	€ -	€ -	%	€ -	%
Produktgruppe 4	€ -	€ -	%	€ -	%
Produktgruppe 5	€ -	€ -	%	€ -	%
Produktgruppe 6	€ -	€ -	%	€ -	%
Produktgruppe 7	€ -	€ -	%	€ -	%
Produktgruppe 8	€ -	€ -	%	€ -	%
Produktgruppe 9	€ -	€ -	%	€ -	%
Produktgruppe 10	€ -	€ -	%	€ -	%

1. Profit Check: Kundenabwanderung



	ABWANDERND	REDUZIEREND	STABIL	WACHSEND	STARK WACHSEND
Kundenklassen im 3-Monate Trend	XX%	XX%	XX%	XX%	XX%
Kudendentrend Dez. 22 – Nov 23					
Gesamtumsatz % TOTAL	XXX mEUR XX%				
Umsatzeffekt € % des Segments	XXX mEUR XX%				
Anzahl an Kunden	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Durchschnittlicher Umsatz / Kunde	XXX EUR				
Risikowert	XX %				
Beispiele	(1) Kundennummer (2) Kundennummer (3) Kundennummer				

Top 1% der Kunden exkludiert

2. Profit Proof: Ziel

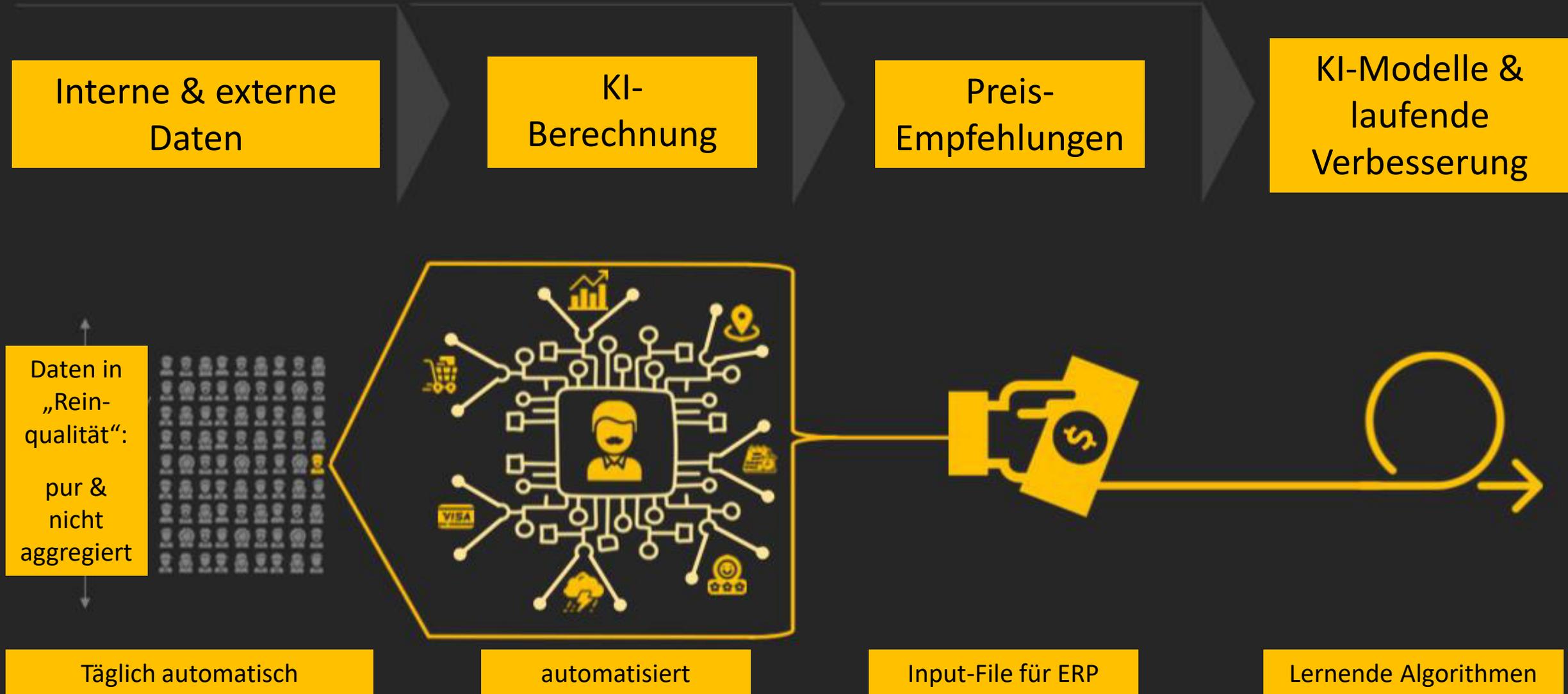
Überprüfung, wieviel **mehr Profit generiert** werden kann:

- ein-/mehrmaliger **Auszug der Transaktionsdaten**
- **sicherer Datentransfer**
- **Verständnis der Geschäftsabläufe („Business Logic“)**
- Erklärung von **Ausnahmen & Regelbrüchen**
- Notwendige Datenreinigung



A/B-Testmodell: Auswahl der Testgruppen durch den Kunden, um herauszufinden, welche Faktoren Preise beeinflussen.

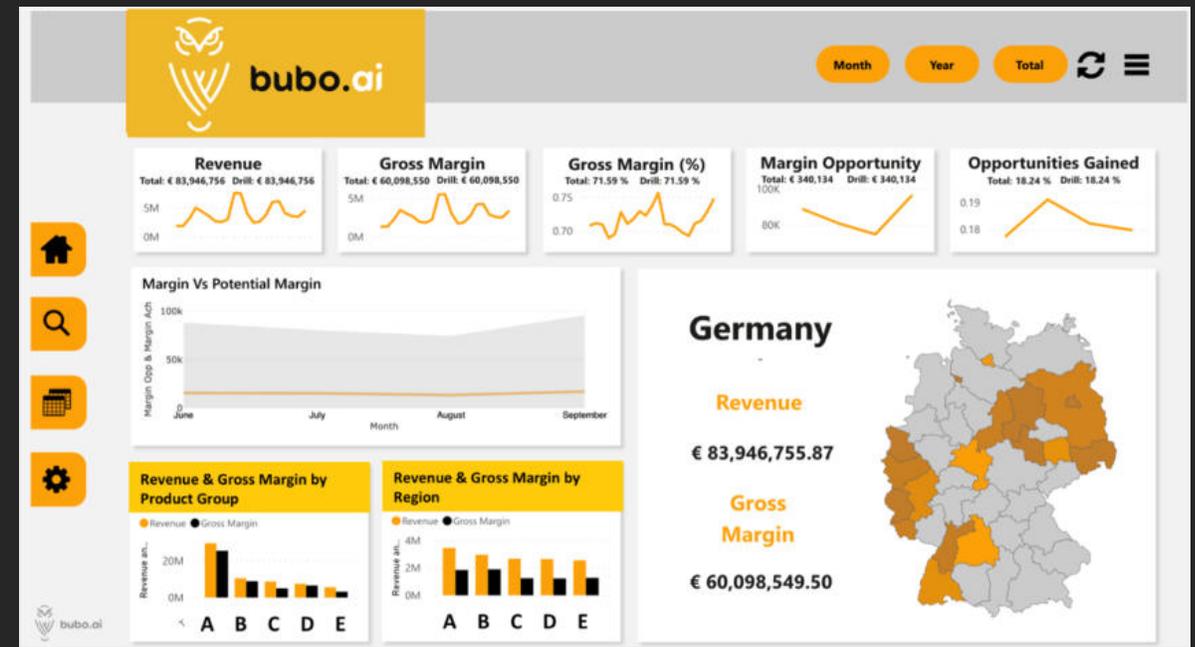
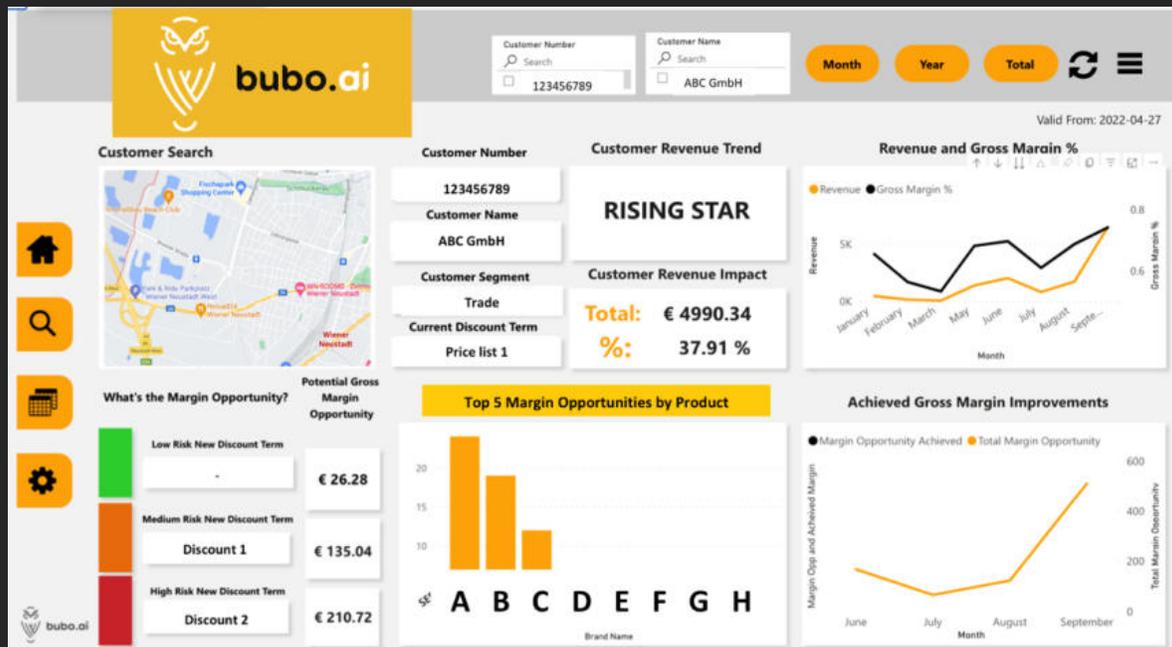
3. Profit Gain: laufende Umsetzung & Erfolgsmessung



3. Profit Gain: Dashboard



Darstellung direkt in den Systemen der Kunden (z.B. Power BI, Angebotswesen) oder in einem von uns bereitgestellten Dashboard





bubo.ai

+ 45% mehr Profit

Britischer Autoteile-Händler mit kostenbasierter Preisstrategie und über 200 Zweigstellen mit individuellen Rabatten

- Über 2,2 Millionen Berechnungen zur Bestimmung der Preisakzeptanz, darauf basierende Preisempfehlung
- Bessere Kontrollmechanismen, weniger Verlustgeschäfte

+ 19% Bruttomarge in 9 Wochen

Italienischer Großhändler mit kostenbasierten Preisen, individuellen Rabatten und Verlusten

- Über 185m Berechnungen für eine Produktkategorie zur Bestimmung der Preisakzeptanz
- Implementierung einer Preislösung auf Basis von Kundenverhalten und integrierter Preissensitivität zur Preisempfehlung

Die wahre Messgröße: Profit



The Proof
is in the
Profit.

Warum ist **hervorragendes** Preismanagement gerade jetzt so wichtig?



news ORF.at

HERBSTPROGNOSE

Heuer Rezession, 2025 Miniwachstum

Die Wirtschaftsforschungsinstitute WIFO und IHS haben ihre Konjunkturprognose gegenüber der Juni-Schätzung stark nach unten korrigiert und rechnen nun mit dem zweiten Rezessionsjahr in Folge. Beide Institute erwarten heuer einen Rückgang der realen Wirtschaftsleistung von 0,6 Prozent, bei der Sommerprognose war noch mit 0,0 bzw. 0,3 Prozent plus gerechnet worden. WIFO und IHS rechnen nun mit mehr Arbeitslosen statt weniger, wie noch im Sommer erwartet worden war. Die Opposition kritisierte die Regierung.

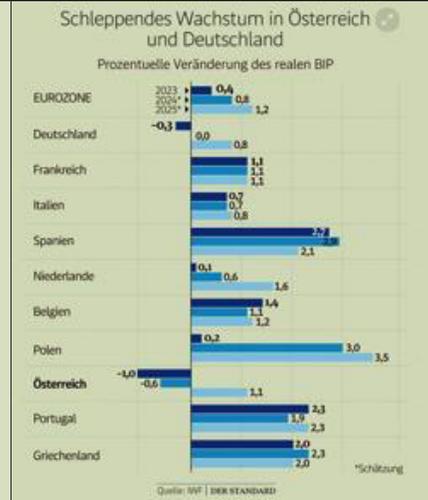
WIRTSCHAFT

Drei Jahre ohne Wachstum: Düstere Prognose des IWF für Österreich

Der Währungsfonds präsentierte seinen neuen Ausblick für die Weltwirtschaft. Nach der Rezession 2023 und 2024 soll es für Österreich auch im kommenden Jahr nur schwach aufwärts gehen. Kassiert wurden auch optimistischere Prognosen für Deutschland

András Szigetvari
22. Oktober 2024, 18:00

Wie sehr sich die Welt verändert hat! Noch vor zehn Jahren galten die Sorgen in der Eurozone den südeuropäischen Ländern Portugal, Italien, Griechenland und Spanien. Sie bekamen in Medienberichten den wenig charmanten Spitznamen 'Pigs' verpasst, Motto: Wer den Schaden hat, braucht sich um den Spott nicht zu sorgen. Deutschland und Österreich galten in dieser Zeit als Pole der Stabilität.



Immobilien

Wohnungsneubau bricht laut Immo-Branche zusammen

Vertreter der Immobilien-Branche warnen vor schwindendem Neubau von Eigentumswohnungen und fordern Deregulierungsmaßnahmen.

ZEIT ONLINE

Abo testen

Konjunkturprognose

Deutsche Wirtschaft soll auch 2025 laut IWF kaum wachsen

Der Internationale Währungsfonds erwartet im kommenden Jahr für Deutschland ein Wachstum von nur 0,8 Prozent. Damit ist der IWF pessimistischer als die Bundesregierung.

WIFO

Forschung | Publikationen | PersonenInstitut | Aktuelles

Österreichs Wirtschaft verharrt in der Krise

Marcus Scheiblecker

Industrie und Bauwirtschaft schwächeln in Österreich nach wie vor. Eine Besserung der Lage ist noch nicht in Sicht. Mit Fortdauer der Konjunkturlaute droht die längste Rezession der letzten 25 Jahre. Auch im Euro-Raum hemmt der produzierende Bereich das Wirtschaftswachstum; zuletzt konnten lediglich Volkswirtschaften mit großem Dienstleistungssektor leicht zulegen. Die Inflation lässt weiter nach. Der private Konsum verläuft in Österreich angesichts der kräftigen Realeinkommenszuwächse enttäuschend.

Wenn alle zu laufen beginnen,
wollen Sie nicht zurückfallen.



3 Projektschritte



NDA

Profit
in €



1. PROFIT CHECK

Abklärung der Datenqualität & Ergebnisschätzung

gratis

2-3 WOCHEN



2. PROFIT PROOF POC

Einrichten des Systems, A/B-Test an einzelnen Produkten/Produktgruppen, Kunden/Kundengruppen

Einmalige Projektkosten

Spezialangebot für Teilnehmer heute

4-6 WOCHEN



3. PROFIT GAIN

Umsetzung der Lösung im gesamten Unternehmen, laufende Erfolgsmessung

Implementierungskosten
+
Monatliche Kosten

8-12 WOCHEN

Danke
für Ihre Aufmerksamkeit!