



Darwin Pricing Data Science Services

Consulting, Entwicklung und Training in **Data Science,**
Absatzprognose und
Dynamic Pricing





Ihr Data Science Consultant

Sébastien Fauvel

Akademischer Hintergrund:

Elite-Universität École normale supérieure de Paris (Physik/Informatik 2003-2008)

Mathematiklehrer (Universität Jena, CAPES 2007)

Berufliche Erfahrungen:

Entwicklung der Absatzprognose-Lösung der **H&M Gruppe** in Stockholm (2019-20)

Entwicklung der Dynamic Pricing Plattform von **Hachmeister+Partner** (2018-19)

Entwicklung der Dynamic Pricing Lösung der **OTTO Gruppe** in Hamburg (2017-18)

Geschäftsführer und Gründer von **Darwin Pricing** in Basel, Entwicklung von Dynamic Pricing Lösungen, Keynote-Speaker und Data Science Consultant (seit 2013)





Letzte Projekte

- ★ Entwicklung der Absatzprognose- und Replenishment-Optimierung-Lösung der **H&M Gruppe** in Stockholm (zweitgrößter Modehändler weltweit, 22 Mrd. Euro Jahresumsatz)
- ★ Entwicklung der Absatzprognose- und Dynamic Pricing-Lösung der **OTTO Gruppe** in Hamburg (Online-Handel, 13 Mrd. Euro Jahresumsatz)
- ★ Entwicklung einer Absatzprognose- und Dynamic Pricing-Plattform für die Modehäuser **Hagemeyer** und **L&T** in Minden und Osnabrück
- ★ Entwicklung einer Geo-Pricing-Lösung für **Worldwide Cyclery** in den USA (professionelle Fahrradausrüstung), eingesetzt in über 700 Online-Shops





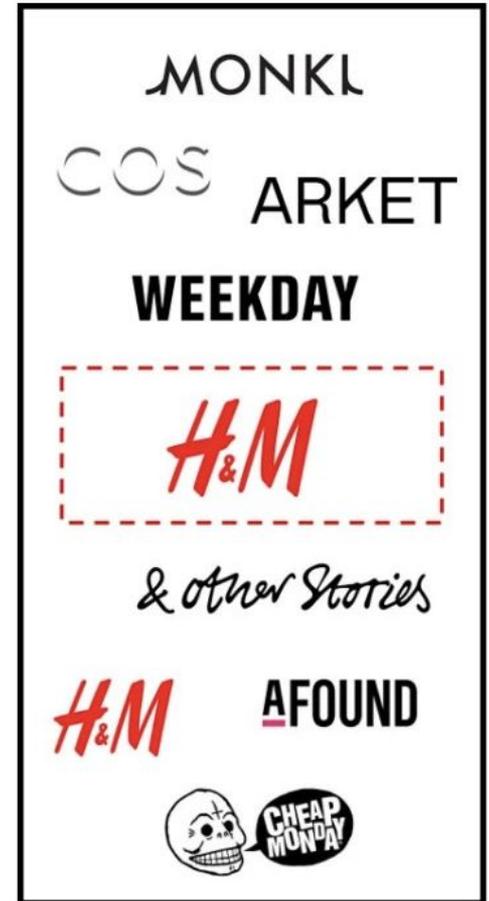


H&M Gruppe

Absatzprognose und Replenishment Optimierung

Mit einem Jahresumsatz von über 22 Mrd. Euro ist die H&M Gruppe der zweitgrößte Modehändler weltweit. Nach der Erstellung von ersten Prototypen mit dem Boston Consulting Group hat H&M die H&MxAI Initiative gestartet, um branchenführend im Bereich Advanced Analytics zu werden und maschinelles Lernen entlang der gesamten Supply Chain einzusetzen.

Darwin Pricing wurde als strategischer Partner gewählt, um den ersten produktiven H&MxAI Use-Case umzusetzen, der unabhängig von BCG realisiert wurde. Mit einem SCRUM-Team von 10 Data Scientists, Software Engineers und Business Analysts haben wir die Absatzprognose-Lösung entwickelt, die vom Einkauf verwendet wird, um die Produktionsmengen für die nächste Saison zu optimieren und Überbestände zu vermeiden.





OTTO Gruppe

Dynamic Pricing und Data Science Training

Mit einem Jahresumsatz von über 13 Mrd. Euro ist die OTTO Gruppe einer der Top-Players im deutschen Online- und Multichannel-Handel. Als Vorbereitung für die strategische Veräußerung ihrer Dynamic Pricing-Tochter Blue Yonder war die OTTO Gruppe daran interessiert, ihre internen Fähigkeiten im Bereich Data Science, Absatzprognose und Dynamic Pricing auf den neuesten Stand zu bringen, um diese Kernkompetenzen intern zu besitzen.

Darwin Pricing wurde als strategischer Partner gewählt, um die Absatzprognose- und Dynamic Pricing-Lösung der nächsten Generation intern zu entwickeln, um die Software Requirements im SCRUM-Kontext mit den Stakeholders zu erarbeiten, und um ein Team von acht Data Scientists und Data Engineers im Bereich Dynamic Pricing zu trainieren.

otto group

ABOUT YOU **baumarkt** **BAUR** **bonprix**
direkt it's me!

Crate&Barrel **DBR** FRANKONIA **fg**
Die Stadt nach dem Eckher

heine **INTO-e** **KÜCHE&CO** LASCANA
IT'S A WOMAN'S WORLD

limango **MANUFACTUM** MYTOYS GROUP **OTTO**

otto group russia **OSP** Otto Japan **Project A**
A member of the otto group
Otto Group Solution Provider

QUELLE **Schwab** shopping24
www.quelle.de internet.group smatch.com

SportScheck **UNITO** **Witt-Gruppe** WOHNKLAMOTTE
A member of the otto group



Ergebnisse

1

Dank unserer agilen Vorgehensweise ist der Fachbereich Fashion & Sport absolut zufrieden mit den erzielten Ergebnissen auf den Ebenen Umsatz, Kalkulation und Bestandsoptimierung

2

Ein Team von acht Data Scientists und Data Engineers sowie zwei Product Owners und ein SCRUM Coach wurden bei technischen und fachlichen Themen im Bereich Dynamic Pricing trainiert: Big Data, Data Science, Online- und Multichannel-Handel, Absatzprognose und Preisoptimierung

3

Basierend auf diesen Ergebnissen konnten die Fachbereiche Haushalts-Elektro, Elektronik und Heimtextilien den Übergang zum neuen In-House Dynamic Pricing-System im Vertrauen einleiten

4

Die Dynamic Pricing-Tochter Blue Yonder konnte an JDA Software verkauft werden, ohne strategische Risiken für die OTTO Gruppe einzugehen, und die Zufriedenheit der Fachbereiche konnte auf den Ebenen der Ergebnisse, der Kosten, der Reaktivität und der Datensicherheit gesteigert werden



Impakt

Ein A/B-Split-Test wurde bei über 20'000 Produkten während 12 Wochen durchgeführt. Die Preise in beiden Gruppen wurden abwechselnd manuell von den Fachbereichen, oder automatisch von der Dynamic Pricing-Lösung gesetzt. Die erzielten Ergebnisse waren sehr stabil und überstiegen alle Erwartungen:

Absatz

+52%

Gesamt-Bestellmenge

Umsatz

+31%

erzielter Umsatz

Gewinn

+20%

erzielte Gewinne





hachmeister+partner



Hagemeyer



Modehäuser Hagemeyer und L&T

Dynamic Pricing im stationären Handel

Hachmeister+Partner, ein führendes Management Consulting und Benchmarking Unternehmen im Bereich Fashion, Sport & Lifestyle in Deutschland, hat die Kassendaten der wichtigsten Geschäftsketten Deutschlands in den letzten 60 Jahren gesammelt und analysiert.

Für zwei seiner Kunden, die Modehäuser Hagemeyer und L&T in Minden und Osnabrück, hat Hachmeister+Partner Darwin Pricing gewählt, um ein Absatzprognose- und Dynamic Pricing-System zu entwickeln, das im stationären Handel eingesetzt wird, um Restbestände am Saisonende zu verringern und die erzielten Gewinne dabei zu maximieren.

Diese Dynamic Pricing-Lösung für den stationären Handel, welche die Verkaufsleistung von Fashion- und Sport-Marken in der ganzen Region sowie Konkurrenzpreise und Wetterbedingungen berücksichtigt, wird auf die gesamte Kundenbasis von Hachmeister+Partner ausgerollt im Rahmen einer langfristigen Partnerschaft.





Impakt

Es wurden insgesamt 600'000 Preise für alle 6 Filialen von Hagemeyer und L&T täglich optimiert. Die Cloud-basierte Dynamic Pricing-Lösung integriert Verkaufs- und Wetterdaten sowie Online-Konkurrenzpreise. Die erzielten Ergebnisse sprechen Bände:

Umsatz

+5%

erzielter Umsatz

Kalkulation

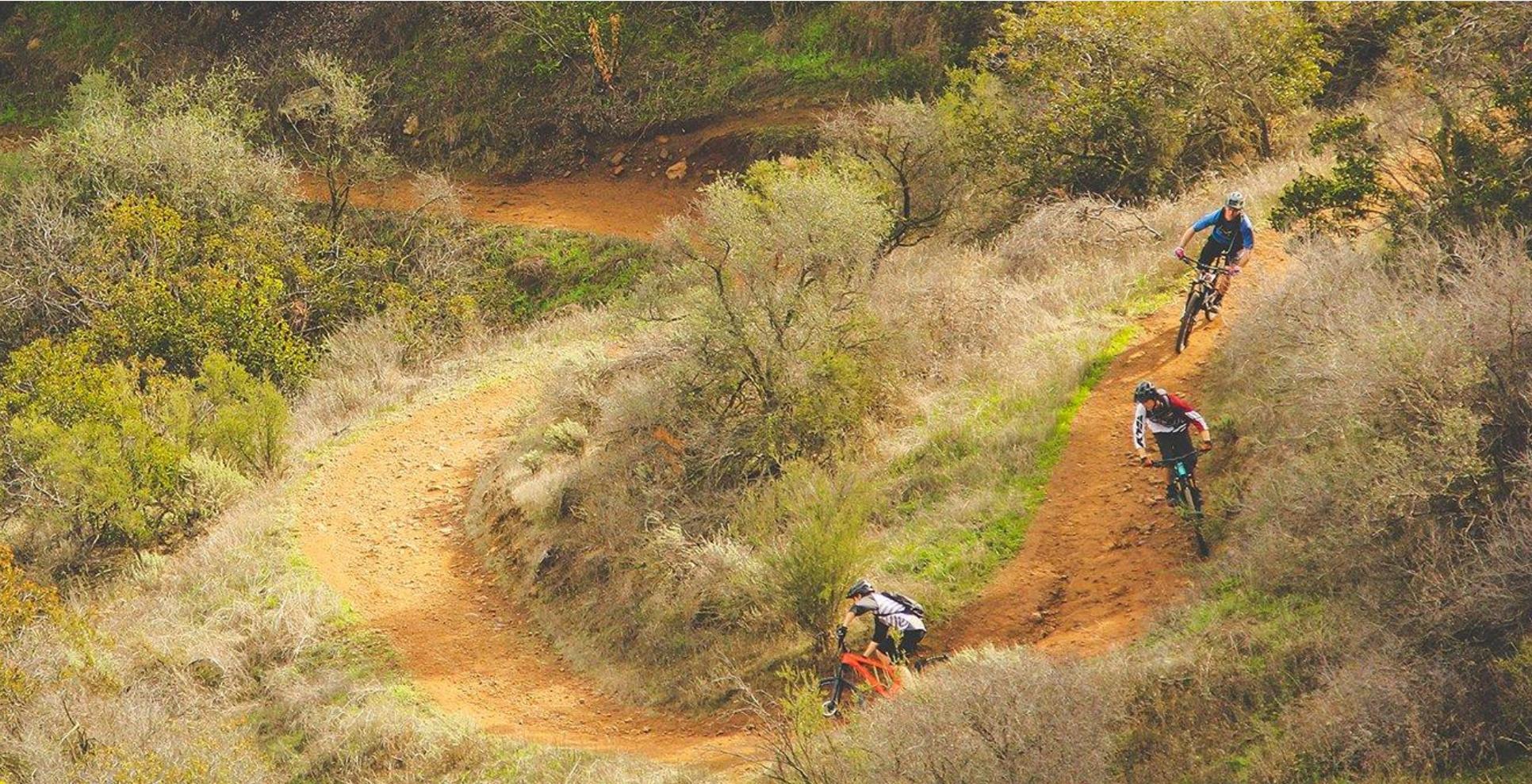
+10%

Gesamt-Kalkulation

Gewinn

+15%

erzielte Gewinne





Worldwide Cyclery

Geo-Pricing im Online-Handel



Worldwide Cyclery ist ein international anerkannter B2B- und B2C-Händler für professionelle Fahrradausrüstung mit Sitz in Newbury Park (CA) und Lancaster (PA).

Im Kontext ihrer kommerziellen Ausweitung innerhalb der USA sowie im Ausland, und in einem wettbewerbsintensiven Markt mit begrenzten Gewinnspannen, wollten sie ihre Rabattstrategie je nach Land, Region und Stadt optimieren.

Darwin Pricing wurde als Partner ausgewählt, um eine Geo-Pricing-Lösung für den Online-Shop zu entwickeln. Diese Lösung verwendet IP-Ortung und künstliche Intelligenz zur Messung der Preiselastizität je nach Region, um die Online-Rabattaktionen an die lokale Marktsituation anzupassen und die erzielten Gewinne in jeder Region zu maximieren.



Impakt

Ein A/B-Split-Test wurde 4 Monate lang bei 2 zufälligen Besuchergruppen durchgeführt. Die erste Gruppe erhielt 10% Rabatt auf der ersten Bestellung (globales Optimum), während die zweite Gruppe einen personalisierten Rabatt auf der ersten Bestellung erhielt, wo die Rabatt-Menge, die automatisch optimiert wurde, je nach Standort der Besucher variierte. Die erzielten Ergebnisse waren ausgezeichnet in allen Vertriebsregionen:

Konversions-Rate

+7%

Neukunden pro Monat

Umsatz

+38%

erzielter Umsatz

Gewinn

+35%

erzielte Gewinne



Kontaktieren Sie uns und steigern Sie die Effizienz Ihrer Pricing- & Data Science-Teams!



Sébastien Fauvel
GF & Data Science Consultant
Darwin Pricing GmbH
sebastien.fauvel@darwinpricing.com
+49 176 98 36 57 82
Bahnhofstr. 41, 5000 Aarau, Switzerland