

.02 Enterprise Infrastruktur & Business-Software

.02 Datenstaubsauger hilft bei Preisgestaltung

Rudolf Felser

22|5|2007



Das Consulting- und Softwareunternehmen [Prolytic](#) und [Lixto Software](#) haben eine Partnerschaft geschlossen: Sie wollen zusammen eine integrierte Lösung anbieten, mit der Unternehmen den kompletten Preisbildungsprozess ihrer Angebote bis hin zu Preisempfehlung automatisieren können. Die Lösung kombiniert das Online Market Intelligence-Tool von Lixto mit dem Analysesystem von Prolytic und soll es den Anbietern ermöglichen, beim Vertrieb über das Internet effizientere Preisentscheidungen auf der Basis fundierter Online-Marktdaten zu treffen.

Prolytic bringt Lösungen für die Optimierung von Absatz, Umsatz und Gewinn im Handel in die Partnerschaft ein. Auf Basis vergangener unternehmenseigener Preis-Absatzdaten steht so ein Werkzeug zur Preispositionierung zur Verfügung. Bis dato sei es jedoch zeit- und kostenaufwändig gewesen, externe Marktdaten zu erheben und so in die Modelle einfließen zu lassen, so die beiden Unternehmen. Lixto wiederum beschäftigt sich praktischerweise mit Lösungen für die Extrahierung und Analyse von Online-Marktdaten aus dem Web. So sollen sich von Webseiten Preisinformationen vollautomatisch auslesen und in Datenbanken weiterverarbeiten lassen. Aktuelle Preisinformationen des Mitbewerbs fließen auf diese Weise online in die eigenen Preisstrategien ein.

"Marktrelevante Informationen sind im Web in Hülle und Fülle vorhanden. Bis jetzt war es jedoch schwierig, diese systematisch zu erheben, vor allem aber zur Optimierung der eigenen Preisstrategien einzusetzen. Durch unsere Partnerschaft mit Prolytic profitieren Kunden die auch bei starkem Preisdruck Chancen sehen, durch optimale Preisstrategien ihre Gewinne zu steigern", erklärt Gilbert Hödl, Geschäftsführer von Lixto, die Vorteile. "Bis jetzt war es schwierig, aktuelle, regelmäßige Mitbewerbspreise effizient zu erheben. Mit dem Datenstaubsauger von Lixto haben nun unsere Kunden hervorragende Möglichkeiten, Marktpreise in die Preisoptimierung tagaktuell in ihre Geschäftsstrategie einzubeziehen", ist auch Erich Dürnbeck, Geschäftsführer von Prolytic, vom Nutzen für die Kunden überzeugt. (rnf)

Kostenlose Downloads

Marketing-Know-how einer führenden Strategieagentur
www.different.de

Data-Mining

Mit-Macher für Accenture gesucht Managementberatung
www.accenture.com

eLearning-Solutions Messe

für Marketing, Vertrieb & Service Innovative Konzepte und
Lösungen
www.elearnsolutions-expo.de

Marketing vom Profi

Marketing der Zukunft Grundbegriffe des Marketing
www.x-sieben.at

Google-Anzeigen