

No-Line Dinner // Data Analytics.

mcbw Interview mit Doris Prauschke

Sind Sie hungrig auf Inspiration? Wir auch!

Im Rahmen der Munich Creative Business Week (mcbw) veranstaltet rpc eine kulinarisch-technologische Reise zur Kundeninteraktion von morgen. Dabei vermitteln unsere rpc Experten aus den Bereichen Design, Strategie, Data Analytics und Consulting spannende Informationshappen to go. Vom App-Etizer über Foodpairing bis hin zum Speculative Snacking – beim No-Line Dinner ist der Blick über den Tellerrand inklusive. Beim Rundgang durch das rpc-Office durchlaufen die Besucher verschiedene kulinarische Stationen, die ihnen gleichzeitig einen Einblick in die Customer Journey von morgen geben – exklusiv von unseren Experten: CX-Expertin Maïke Burger zum Persona-Design, Data-Analytics Expertin Doris Prauschke zum Predictive Modelling, Change Management Expertin Kerstin Thinner zur agilen Transformation sowie Customer Experience Design Expertin Felix Brennecke zu aktuellen Trends im Retail Design. Eine kleine Vorspeise zum Hauptgericht bietet das folgende Interview mit Doris Prauschke. Freuen Sie sich auf neue Zutaten!

Doris, Data Analytics und Kulinarik haben auf den ersten Blick wenig miteinander zu tun. Wie lassen sich diese Themen zusammenbringen?

Doris Prauschke: Anlässlich der MCBW laden wir zu einem No-Line Dinner ein. Wir möchten unseren Gästen in der „Schatzkammer“ die Möglichkeit geben, kontrastreiche Köstlichkeiten zu kombinieren, um so neue harmonische Geschmäcker zu erleben. Beim so genannten „Foodpairing“ geht es darum herauszufinden, welche Aromen sich gegenseitig am besten ergänzen und durch ihre Paarung ein harmonisches Ganzes ergeben. Wir haben im Vorfeld unsere Mitarbeiter im Rahmen einer Umfrage zu ihrem Essensverhalten befragt und einem von vier Essenstypen zugeordnet. Ausgehend von diesen „kulinarischen“ Daten leiten wir für unsere Gäste, die sich ebenfalls einer dieser Essenstypologie zuordnen können, die Top Lebensmittelkombinationen ab, die wir als Empfehlung für sie „ausspielen“. Im Data Analytics Alltag nutzen wir ähnliche Verfahren wie „Next best offer/ next best action“ Analytics, um basierend auf historischen Daten das Verhalten von Kunden zu prognostizieren.

Lachs mit Schokolade? Wie kommt man auf diese verrückte Kombination?

Doris Prauschke: Mit dem Thema Foodpairing haben sich mittlerweile sogar Wissenschaftler beschäftigt. Der Ursprung geht zurück auf den Parfumeur François Benzi und den Chefkoch Heston Blumenthal. Durch gemeinsames Interesse und zufällige Beobachtungen kamen sie durch ihre Forschung zu folgender Erkenntnis: „Eine Zutat verträgt sich mit einer anderen, wenn beide dieselben Hauptaromakomponenten haben.“ Lachs und Schokolade. Erdbeeren und Lammfleisch. Jakobsmuschel und Tomate. Die Bandbreite der Aromen in den einzelnen Lebensmitteln ist groß – in jeder Zutat finden sich bittere, süße, saure, salzige, blumige, fruchtige Komponenten. Internationale Köche und Barkeeper jeden Ranges fanden die Idee inspirierend und orientieren sich zur Entwicklung neuer Rezepte und Cocktails an sogenannten „Foodpairing-Bäumen“, welche die Verwandtschaft von Lebensmitteln darstellen. Auf der Website www.foodpairing.com findet man eine gute Übersicht über diese Bäume.

Dr. Doris Prauschke ist Teil der Data Analytics Line bei rpc. Sie ist Management Consultant für analytisches CRM, (KPI) Reporting Expertin für Loyalty Programme, datengetriebenes Kampagnenmanagement und Promotions. Beim No-Line Dinner wird sie den Gästen am Food-Pairing Stand zusammen mit dem Data Analytics Team die Komplexität von Essenskombinationen aufzeigen.



Ihre Ansprechpartnerin:

rpc – The Retail Performance Company
Inspiring customer-centric transformation

Katharina Weindl

Marketing Manager

Tel.: +49 (0)160 973 244 09, E-Mail: katharina.weindl@rpc-partners.com

The Retail Performance Company

The Retail Performance Company (rpc) ist eine Beratung, die Unternehmen bei vertrieblichen Fragestellungen unterstützt. Mit den Service-Bereichen Consulting, Coaching, Training, HR Services, Retail Design und Data Analytics bieten wir unseren Kunden ganzheitliche Lösungen an, um sie auf dem Weg zu einer kundenorientierten Transformation zu begleiten. Unser Fokus liegt auf der Schaffung inspirierender Kundenerlebnisse für eine nachhaltige und wertschöpfende Beziehung zwischen Marken und Endkunden. rpc wurde im Jahr 2013 als Joint Venture von der BMW Group und der h&z Unternehmensberatung AG gegründet und ist in neun Ländern vertreten. Für weitere Informationen: <http://www.rpc-partners.com>. Folgen Sie uns auf LinkedIn und XING.