**SAS ja Toshiba aloittavat OEM-yhteistyön – tavoitteena tarjota vähittäiskaupalle uusia työkaluja kuluttajien ymmärtämiseen**

SAS on solminut merkittävän OEM-sopimuksen Toshiba Global Commerce Solutionsin kanssa. Yhteistyön tavoitteena on tuoda analytiikan kautta tehoa vähittäiskauppaan. SAS ja Toshiba integroivat vähittäiskaupan kampanjat ja kanta-asiakasjärjestelmät analytiikan kanssa, jotta kauppiaat voivat vastata paremmin kuluttajien ostokäyttäytymiseen.

”SAS on jatkuvasti laajentanut yhteistyötään kumppanien ja nyt myös alkuperäisvalmistajien kanssa. Tämänkin kumppanuuden tavoitteena on tarjota asiakkaiden menestyksen tueksi heidän tarpeitaan vastaavia ratkaisuja.”, SASin Global Alliances ja Channelsin varatoimitusjohtaja **Russ Cobb** sanoo.

”Kun vertailukohtana on perinteinen kumppanuus vähittäiskaupan kanssa, sitoutuminen yhteistyöhön alkuperäisten laitevalmistajien kanssa parantaa asiakkaidemme mahdollisuutta hyödyntää analytiikkaa. Samalla he pääsevät hyötymään myös kumppaneidemme asiantuntemuksesta. Yhteistyön valttikorttina toimii alati kasvavan datamassan käsittelyyn tarjottavat luovat analytiikan käyttötavat.”

SASin ja Toshiban yhteistyön ansiosta vähittäiskaupan toimijat voivat luoda entistä nopeammin yhteyksiä asiakkaisiinsa riippumatta siitä, milloin ja miten nämä tekevät ostoksia. Vähittäiskaupan toimijoilta puuttuu usein resursseja kerätä tietoa ja tulkita heillä jo olevaa tietoa, mikä näkyy myynnin tuloksissa.

Toshiban kanta-asiakkuuksia ohjaavaan järjestelmään sulautetaan jatkossa kehittynyttä SAS-analytiikkaa (kuten SAS Visual Analytics ja SAS Visual Statistics). Reaaliaikainen tietojen visualisointi auttaa kauppiaita tunnistamaan ~~vallitsevia~~ trendejä ja reagoimaan niihin entistä nopeammin. Lisäksi he voivat paremmin tunnistaa tapoja vaikuttaa kuluttajien ostopäätöksiin niin ennen ja jälkeen kaupantekohetkeä kuin sen aikanakin.

”Yhteistyömme alan johtavan analytiikkasovellusten asiantuntijan SASin kanssa tehostaa entisestään asiakkaidemme mahdollisuuksia vaikuttaa kuluttajien henkilökohtaiseen ja reaaliaikaiseen ostokokemukseen, oli kyseessä sitten mikä tahansa monesta käytössä olevasta kanavasta”, sanoo Worldwide Servicesin, Toshiba Global Commerce Solutionsin varatoimitusjohtaja **Patricia Pepper.**

**Lisätietoja:**

Sari Hofmann, viestintä- ja markkinointijohtaja 040 753 8294, [sari.hofmann@sas.com](mailto:sari.hofmann@sas.com)

**About SAS**

SAS is the leader in business analytics software and services, and the largest independent vendor in the business intelligence market. Through innovative solutions, SAS helps customers at more than 75,000 sites improve performance and deliver value by making better decisions faster. Since 1976, SAS has been giving customers around the world THE POWER TO KNOW®. SAS and all other SAS Institute Inc. product or service names are registered trademarks or trademarks of SAS Institute Inc. in the USA and other countries. ® indicates USA registration. Other brand and product names are trademarks of their respective companies. Copyright © 2015 SAS Institute Inc. All rights reserved.