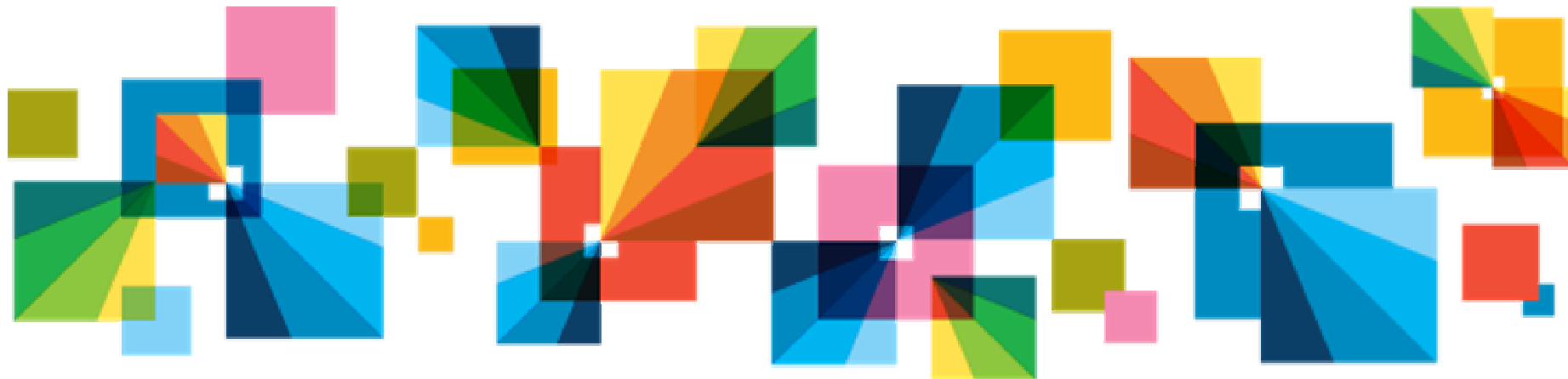


Analitika prihodnost poslovanja s strankami



Klemen Dragar

Vodja prodaje za področje poslovnega poročanja in prediktivne analitike
+386 40 456 817; klemen.dragar@si.ibm.com

Agenda:

1. Poslovni problem
2. IBM Rešitev & Vrednost
3. Analitika v praksi (Kaj pravijo stranke?)

Poslovni problem

Potrošnik je prevzel kontrolo...



1. Stranke so izgubile zaupanje v institucije

- 76% strank verjame, da podjetja lažejo v svojih oglasih
- Povečuje se razpon zaupanja v mnogih industrijah, ki so povezana s končno stranko
- 80 % generalnih direktorjev verjame, da ponujajo superiorno storitev, a le 8 % njihovih strank se s tem strinja



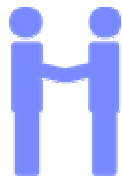
2. Tehnologija spreminja način kako kupci komunicirajo

- Socialna omrežja spreminjajo kupne navade; mnenja se vidijo takoj
- Množična kustomizacija in personalizacija produktov in storitev



3. Pričakovanja kupcev so se spremenila

- Poudarek je na vrednosti, preglednosti in odgovornosti
- Kupci želijo biti videni celostno v podjetju



4. Institucije morajo na novo odkriti svoje stranke

- Potrošniki odkrivajo trgovske znamke na nove načine skozi nove kanale
- Mikro-targetiranje: pomembnost 1 na 1 se povečuje

Življenski cikelj potrošnika in njegova izkušnja danes....

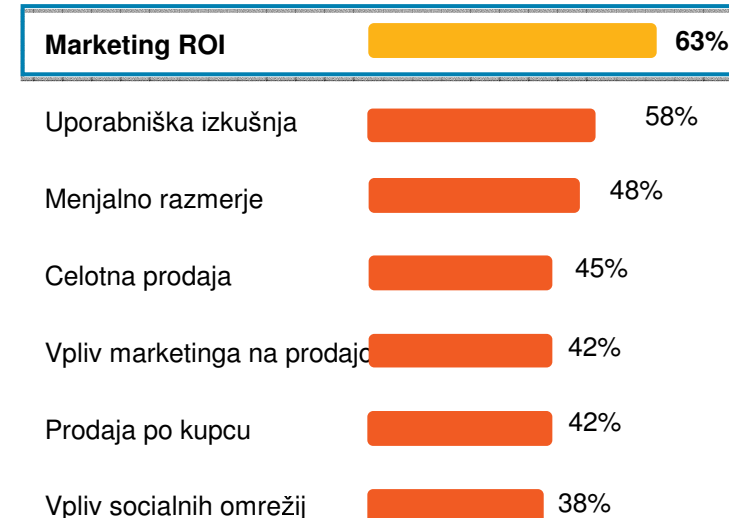


IBM Globala CMO Študija

#1 Prioriteta za naslednjih 5 Let:



#1 Merilo za oceno Uspešnosti:

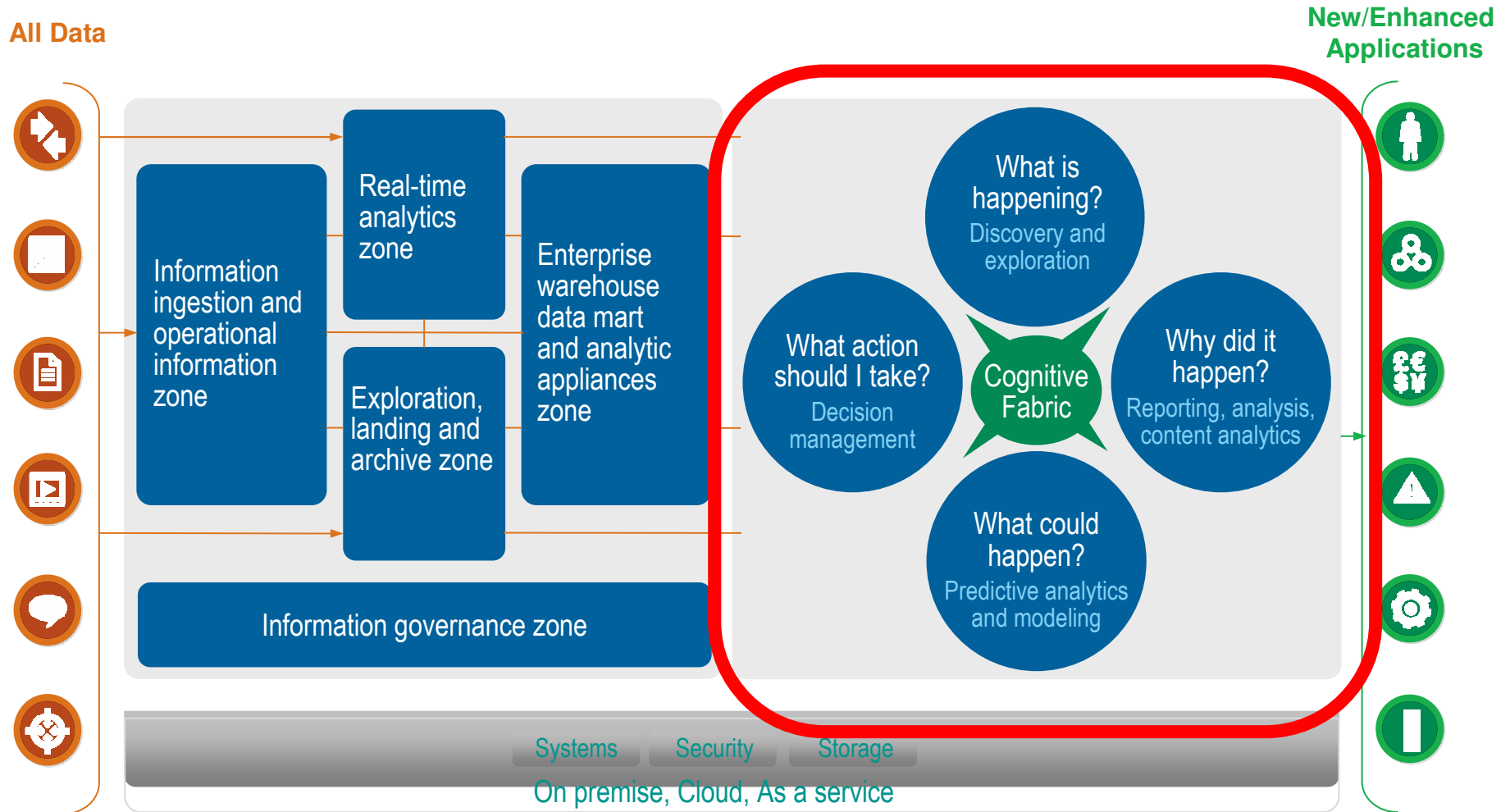


“Marketinška uspešnost se meri in jo poganja zvestoba kupcev. Življenski cikel potrošnika je ključnega pomena.”
 --Telekomunikacije CMO, Belgium

“Uspeh moje vloge je veliko bolj odvisen od analitike in tehnologije, kot pa druženje z makretinškimi agencijami, ki predlagajo odlične kreativne kampanje. Povečati moramo ROI in targetirati prave kupce, vsakega na svoj način.”
 --Direktor marketinga letalske družbe v Avstraliji

IBM Rešitev & Vrednost

IBM Watson Foundations



IBM Big Data & Analytics Infrastructure

Uporaba podatkov v središču analitične rešitve

KAKO?

Podatki o interakcijah

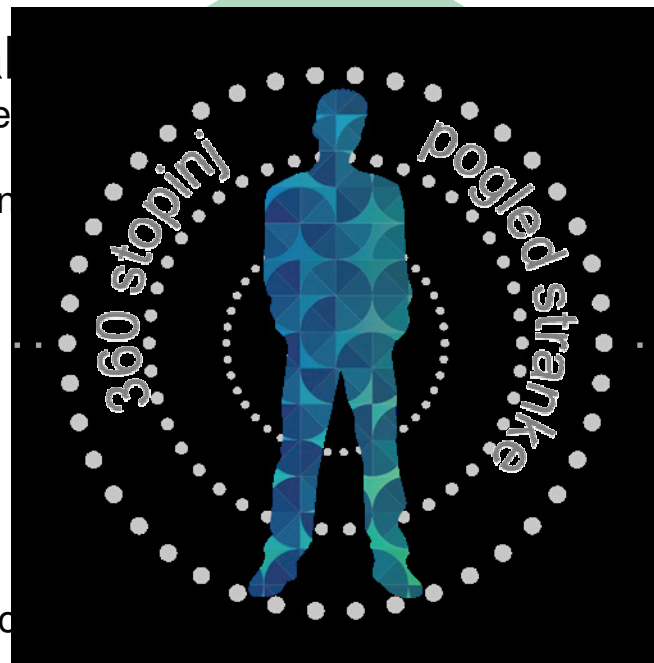
- E-Mail / chat konverzacije
- Zapiski klicnega centra
- Tok podatkov preko interneta
- Osebni dialog

Opisni podatki

- Atributi
- Karakteristike
- Osebni podatki
- Lokacijsko demografski podatki

KDO?

*Dodana vrednost, dinamični pristop
- vir konkurenčne diferenciacije*



Tradicionalni pristop

ZAKAJ?

Vedenjski podatki

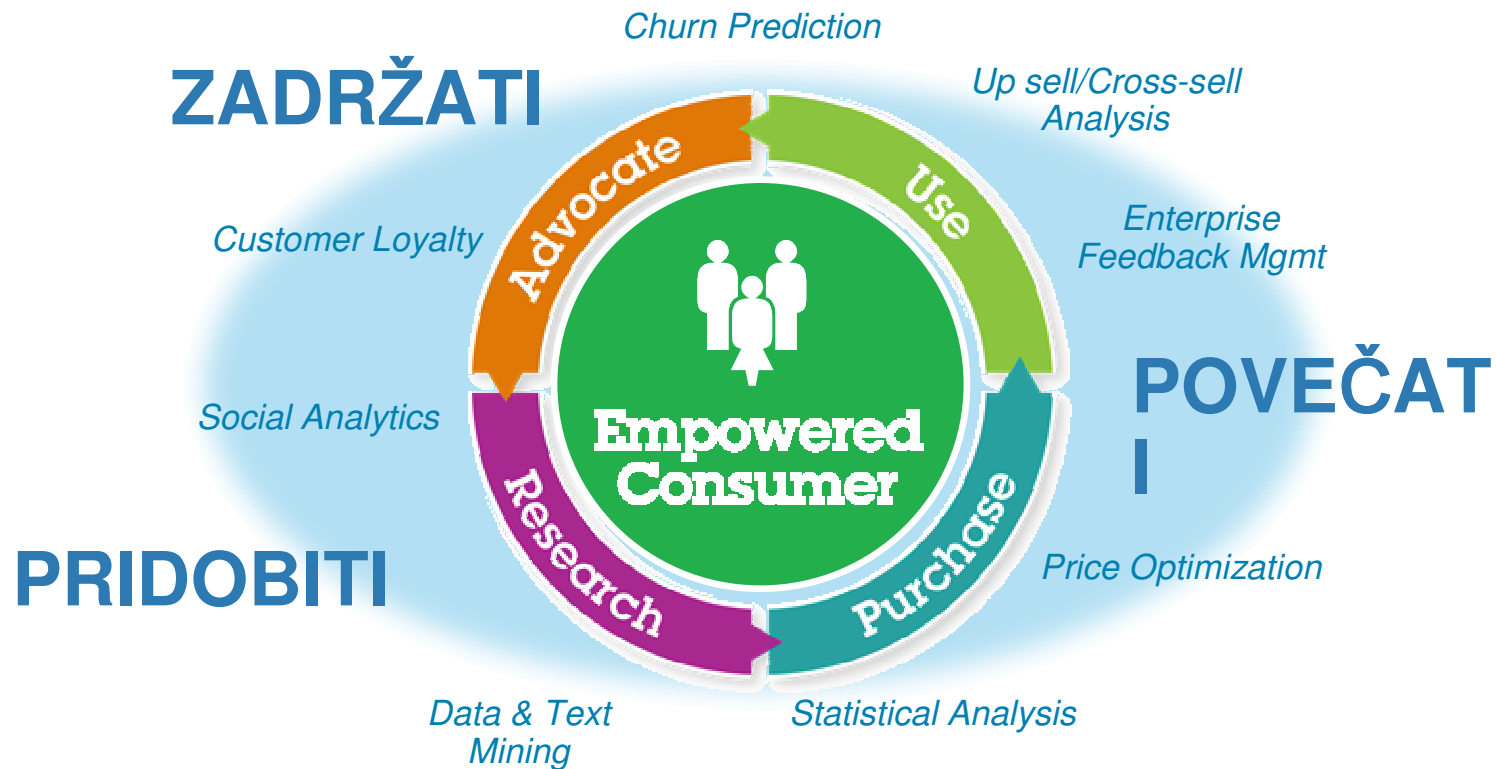
- Raziskave tržišča
- Socialna Omrežja

Podatki o poslovanju

- Naročila
- Transakcije
- Zgodovina plačil
- Zgodovina poslovanja

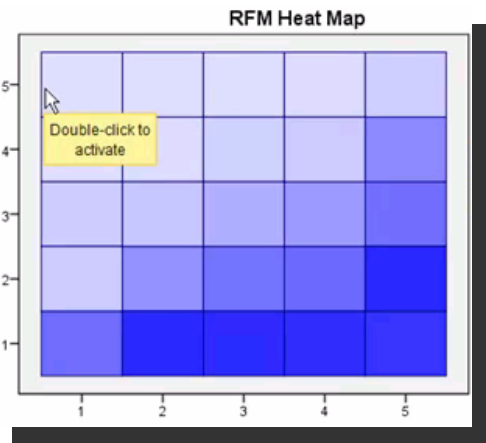
KAJ?

IBM Napredna Analitika: Pridobiti, Povečati, Zadržati

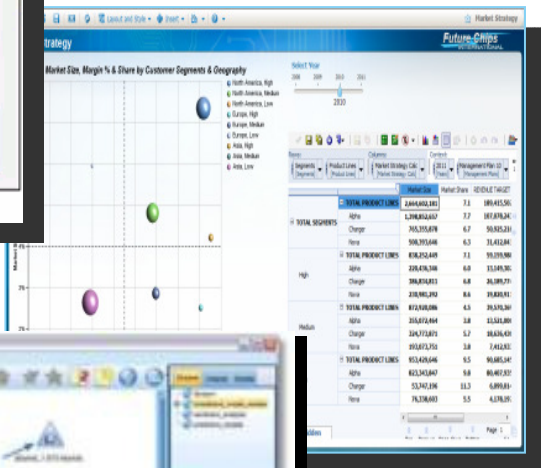


Zmožnosti	Reporting & Visualization	Predictive Modeling	Business Rules & Optimization	Sentiment Analysis
	Scorecarding & Dashboarding	Real-time Decisions	Forecasting & Simulation	Social Analytics

Pridobiti idelanega kupca



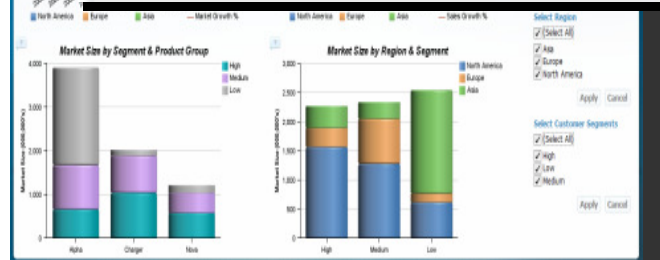
Segmentacija naročniške baze po nedavnosti, frekvenci in monetarni oceni



Optimizacija marketinških proračunov, ki so v skladju z cilji skozi „what-if“ analize



Targetiranje tistih, kjer je večja verjetnost, da se bodo odzvali na pravo ponudbo, preko pravega kanala v pravem času



Merjenje in poročanje marketinške učinkovitosti in profitabilnosti strank

Povečanje vrednosti življenjskega cikla kupca

How would you classify your current employment status?

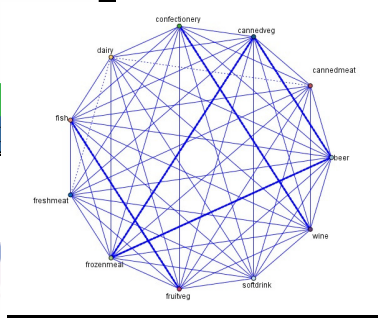
- Full time employed
- Part time employed
- Student/Unemployed
- Household duties
- Retired
- No answer/refused

What is your current marital status?

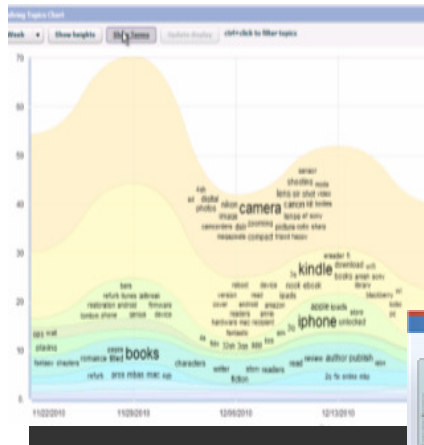
- Single
- Married/Partner
- Separated
- Divorced
- Widowed
- No answer/refused

Previous Next Stop

Zajetje kupčevih želja skozi različne raziskave



Odkriti vzorce v obnašanju strank s pomočjo analize nakupovalne košarice



Personalizacija prodajnih ponudb preko socialnih omrežije („up-sell & cross-sell“)

Activation Performance | Behavioral Analysis | Campaign Effectiveness

Direct | External Referrals | Third Party Wholesales

CAMPAIGN REVENUE BY FILM AND CHANNEL

CAMPAIGN EFFECTIVENESS BY REVENUE AND PRICE

Campaign	Channel	Direct					
		% of Target	Individual Plans	Prepaid	Mobile Broadband	Family Plans	Student Plans
Summer Campaign	Summer SMS	11.23%	81.87%	118.87%	100.00%	101.87%	81.87%
	Mobile Broadband	100.00%	100.00%	118.87%	100.00%	100.00%	100.00%
Cross-sell / Up-sell Campaign	Theatre in Motion	100.00%	81.87%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
	Deal with Revenue	100.00%	114.29%	114.29%	100.00%	100.00%	100.00%
New Customer Campaign	Blue Thunder	11.88%	100.00%	81.87%	100.00%	118.87%	100.00%
	Preorder Bonuses	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
	Emergence your Channels	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

Analiza rezultatov uspešnosti prodaje in marketinških akcij, razumevanje katere dragocene segmente naj ciljamo

Zadržati zveste in profitabilne kupce

Call Center

Customer Profile

Phone: 84732832

Name: Harry Berni
Type: Personal
Age: 35 Gender: Male
Marital Status: Single Children: 0
Income: \$105,000
Lifetime Value: \$2000

Products:

- Wireless Data Connect 3GB
- Digital TV Worldwide Value Calling
- Internet 5 DSL One Rate USA
- Laptop Connect Card
- Prepaid Phone Card
- Universal Card

Caller Context

Routing Prediction: Billing
Num. of late payments: 0
Billing cycle date: 03/02/2011
Age of Contract: 24 months
Months Left on Contract: 2 months
Num. of mins used/month: 600
Segment: Professional
Social Media usage: Medium
Network Influence: High

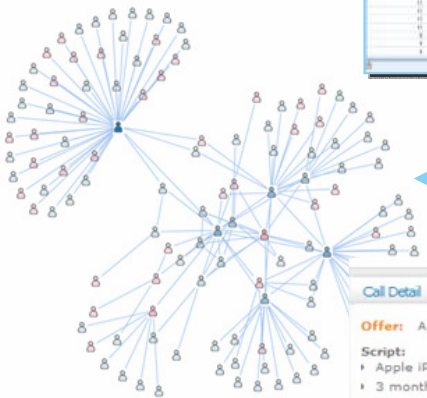
Number of IVR logs

Overall Satisfaction

Odkrivanje & ublažitev težav strank pri interakcijah

Dashboard with multiple data tables and a network graph visualization.

Razumeti vzorčne dejavnike za zadovoljstvo / nezadovoljstvo
Analizirati sentiment od socialnih omrežij, raziskav,...



Identificirati tiste z močnim socialnim vplivom povečati zagovorništvo preko socialnih omrežij

Call Detail **Customer Maintenance** **Action** **Feedback**

Offer: Apple iPhone 4 - 32 GB with 3 months FREE 2GB data plan **Prediction:** Accept Offer **Probability:** 0.75 (High)

Script:

- Apple iPhone 4 - 32 GB - Black
- 3 months free 2GB data plan
- Data Plan for iPhone - starting at \$15 per month thereafter
- Choice of messaging service - starting at \$20 per month

Decline **Accept**

Ponuditi targetirano ponudbo za zadržanje kupca v realnem času

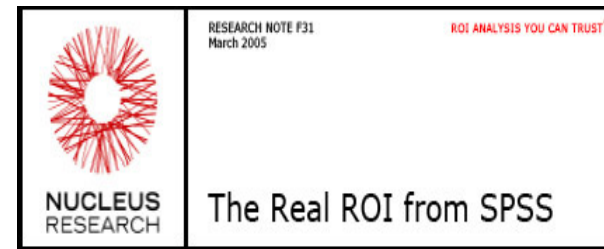
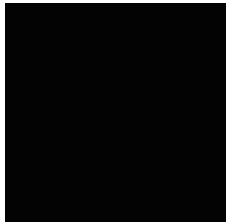
Analitika v praksi

Kaj pravijo stranke in analitiki?

Video

- [https://www.youtube.com/watch?v= E1pAtkace4](https://www.youtube.com/watch?v=E1pAtkace4)

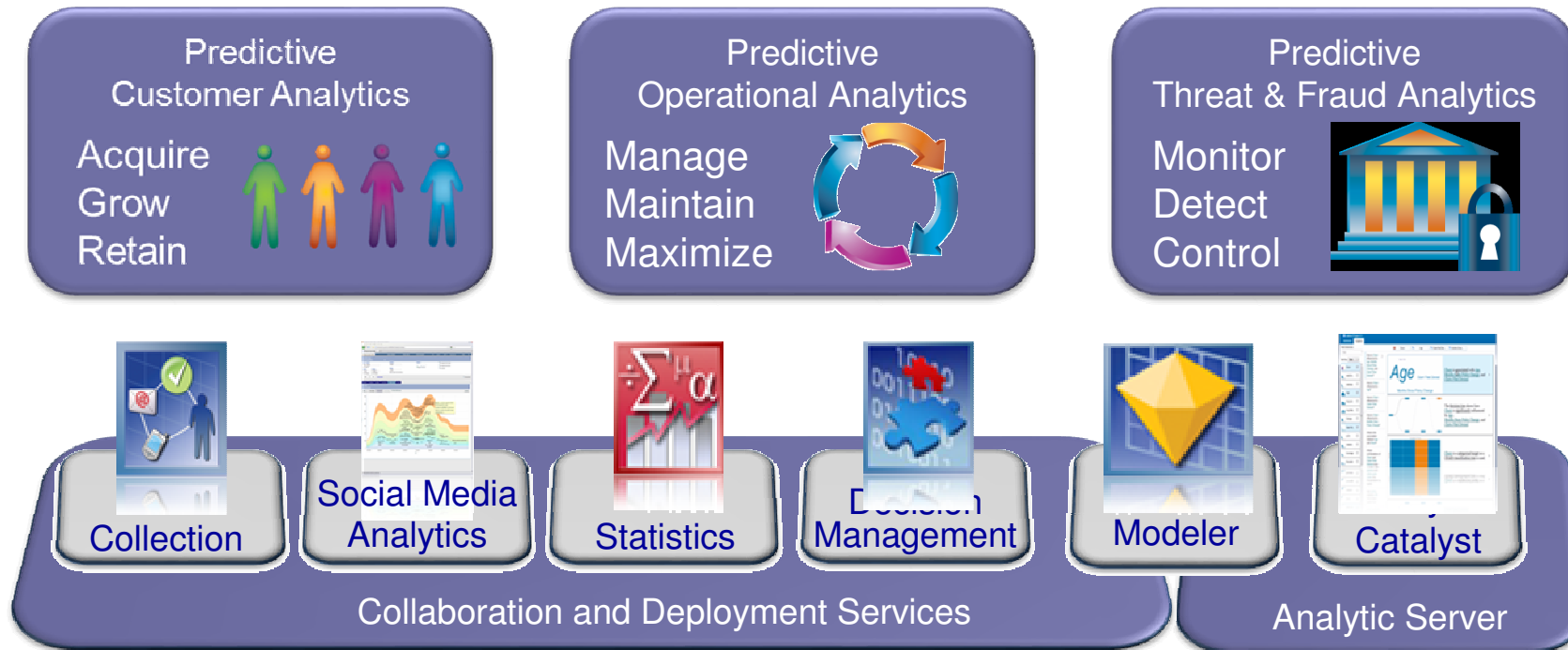
IBM vodilni v „Customer Analytics, time-to-value“



Forrester Customer Analytics val:
IBM **pozicionira #1** v
Strategija in Prisotnost na tržišču

- 94% strank je doseglo pozitiven rezultat, povprečna povrnitev investicije je 10.7 mesecev
- Preko 90% uporabniških atributov poveča produktivnost z uporabo SPSSa
- 81% projektov je šlo v življenje po projektne planu, 75% v sklopu planiranega budžeta

Področja IBM Prediktivne analitike...



IBM Global Business Services
Executive Report

Business Analytics and Optimization

IBM Institute for Business Value

Analytics: A blueprint for value

Converting big data and analytics insights into results



Več si lahko preberete na...

1. IBM Big Data & Analytics Customer Analytics:

<http://ibm.com/bigdata&analytics>

2. Acquire, Grow and Retain customers, UDM study:

<http://www.ibm.com/big-data/us/en/big-data-and-analytics/marketing.html>

3. Analytics: A Blueprint for Value: <http://ibm.co/9levers>

4. IBM Big Data and Analytics hub: <https://ibm.biz/BdRm5s>

HVALA
za vašo pozornost

Klemen DRAGAR

SPSS & Cognos BI Leader

klemen.dragar@si.ibm.com

040 456 817