

rozwiązywanie

*problemów*

**b i z n e s o w y c h**

przy wykorzystaniu

*analizy*

danych

**SPSS®**

# jak wyznaczyć drogę do zysku?

*W dziedzinie analizy danych  
SPSS niezmiennie wyprzedza  
wszystkich nawet o półtora roku.*

*Aplikacje SPSS*

*są zaawansowane analitycznie,  
a jednocześnie łatwe w użyciu.*

”

*Ron Powell, DM Review*

**Sprawne zarządzanie wymaga dogłębnej wiedzy na temat prowadzonej działalności oraz wykorzystywania jej do podejmowania decyzji i wyznaczania kierunków rozwoju firmy. Jak jednak przewidzieć, która droga będzie tą najwłaściwszą, prowadzącą do największych zysków?**

Niezależnie od tego, czy Państwa firma znajduje się na liście 100 Największych Polskich Przedsiębiorstw, czy też dopiero rozpoczyna działalność, kluczem do jej sukcesu jest poznanie najważniejszych czynników decydujących o zachowaniach klientów oraz przewidywanie, w jaki sposób czynniki te wpłyną na przyszłość firmy. Dlatego właśnie menedżerowie w Państwa firmie potrzebują rozwiązań analitycznych, dzięki którym uzyskają klarowny obraz jej przyszłości i będą mogli wybierać najlepsze kierunki działań.

## **rozwiązywanie problemów biznesowych dzięki zastosowaniu analiz predykcyjnych**

Zadaniem systemów wspomagania podejmowania decyzji jest zwiększanie zysków firmy poprzez rozwiązywanie problemów biznesowych. Bez czytelnego obrazu przyszłości trudno jest jednak podejmować decyzje istotne z punktu widzenia rozwiązywania rzeczywistych problemów firmy. SPSS oferuje pomoc w rozwiązywaniu problemów biznesowych w oparciu o analizę danych. Dzięki wykorzystaniu skalowalnych i ekonomicznie efektywnych rozwiązań analitycznych pomagamy wiodącym firmom na całym świecie zrobić użytek z olbrzymiej ilości stale napływających do nich danych.

Zorientowani na przyszłość menedżerowie ze wszystkich branż zwracają się do nas, gdy chcą przeprowadzić analizę swoich danych za pomocą najlepszych rozwiązań analitycznych i wdrożyć wyniki tych analiz do codziennej pracy. Rozwiązują w ten sposób problemy biznesowe swoich firm budując bardziej zyskowne relacje z klientami. Uzyskują dzięki temu wysoki poziom zwrotu inwestycji (ROI) w rozwiązanie analityczne przy najniższych całkowitych kosztach jego wdrożenia i eksploatacji.

# 5

## sposobów

na szybkie zwiększenie zysków  
i poprawę rentowności

**Wiodące firmy, niezależnie od wielkości, wykorzystują analizy predycyjne do rozwiązywania szerokiego spektrum problemów biznesowych i zwiększania zyskowności. Począwszy od ekonomicznie efektywnego pozyskiwania wartościowych klientów, a skończywszy na gromadzeniu nowych informacji o klientach za pomocą badań ankietowych – analizy predycyjne zmieniają charakter relacji firm z ich klientami we wszystkich wykorzystywanych przez nią kanałach.**

### zatrzymywanie wartościowych klientów

**3** Pozyskanie nowego klienta może kosztować 5 do 10 razy więcej niż zatrzymanie klienta już pozyskanego – dlatego utrzymywanie u najlepszych klientów wysokiego poziomu zadowolenia z usług i produktów firmy jest podstawowym warunkiem jej sukcesu. Dzięki analizom predycyjnym można zidentyfikować niezadowolonych klientów – i to jeszcze zanim zdecydują się odejść do konkurencji – oraz przewidzieć, jakie działania pozwolą odbudować ich zaufanie i zyskać lojalność.

### skuteczny serwis www

**4** Internet jest potężnym kanałem sprzedaży i świadczenia usług, ale przynosi prawdziwe zyski wyłącznie wtedy, gdy w pełni wykorzystuje się najcenniejsze zasoby, jakich dostarcza – szczegółowe dane. Analiza wszystkich danych pochodzących z serwisu WWW firmy – od logów poczynając, a na danych dotyczących zawartych transakcji kończąc – umożliwia dokładne poznanie zachowań jej klientów w Sieci. Wykorzystanie zdobytej w ten sposób wiedzy do doskonalenia relacji z e-klientami pozwala zwiększać sprzedaż i w krótkim czasie uzyskać wysoki poziom zwrotu inwestycji (ROI) poniesionych na działalność w Internecie.

### badania klientów

**5** Aby trafnie przewidywać potrzeby klientów, trzeba mieć pełny i precyzyjny obraz każdego z nich. W jaki sposób można uzupełniać fragmentaryczny obraz klienta o dodatkowe informacje umożliwiające przewidywanie jego potrzeb? Najlepszym rozwiązaniem jest zadanie mu odpowiednich pytań w badaniu ankietowym! Pozyskiwanie informacji dotyczących postaw i opinii klientów przy wykorzystaniu nowoczesnych technik zbierania danych umożliwia wyznaczanie kierunku rozwoju firmy zgodnie z ich oczekiwaniami.

### efektywne pozyskiwanie klientów

**1** Działania nastawione na pozyskiwanie nowych klientów są zwykle bardzo kosztowne. Jeżeli generują nowych klientów o niskiej wartości (nie przynoszących zysku), to powodują trudne do zrehabilitowania straty. Analizy predycyjne pozwalają ograniczać koszty tego rodzaju działań poprzez identyfikowanie i profilowanie najlepszych klientów firmy oraz kierowanie kampanii pozyskiwania nowych klientów przede wszystkim do osób o podobnych do nich cechach.

### doskonalenie sprzedaży krzyżowej

**2** Aby maksymalizować sprzedaż krzyżową (cross-selling), trzeba wiedzieć, który dodatkowy produkt klient jest najbardziej skłonny kupić. Analiza danych o klientach umożliwia lepsze poznanie oczekiwań i potrzeb każdego z nich, co pozwala na zwiększanie sprzedaży poprzez oferowanie im właśnie tych dodatkowych produktów i usług, którymi są rzeczywiście zainteresowani.

Zwiększanie zysków można uzyskać poprzez ograniczanie kosztów pozyskiwania nowych klientów, zwiększanie wartości poszczególnych sprzedaży oraz zatrzymywanie wartościowych klientów przez dłuższy okres czasu.



# jak *analiza danych* przyczynia się do sukcesu naszych klientów?

*Wyobraźcie sobie Państwo,  
że przy rozwiązywaniu  
problemów biznesowych  
dysponujecie klarownym  
obrazem przyszłości.*

*W jakim stopniu  
zwiększyłyby to zyskowność  
Państwa firmy?*

**Nic lepiej nie świadczy o skuteczności  
analizy danych w rozwiązywaniu  
rzeczywistych problemów biznesowych  
niż sukcesy naszych klientów.**

**zwiększanie  
zysków dzięki  
efektywnemu  
pozyskiwaniu  
klientów**

Efektywne ekonomicznie pozyskiwanie klientów jest kluczową sprawą dla osiągnięcia wysokiej wartości klienta w czasie (LTV). Wydawnictwo Miami Herald Publishing wykorzystuje rozwiązania analityczne SPSS do konstruowania programów i działań marketingowych generujących jak najwyższy poziom odpowiedzi i wysoki zwrot inwestycji (ROI). W przeszłości zespół marketingu bezpośredniego Herald Publishing kontaktował się ze wszystkimi gospodarstwami domowymi na obszarze swojej działalności w celu przedstawienia specjalnej oferty prenumeraty krótkoterminowej. Taka forma marketingu powodowała jednak wysoki koszt pozyskania nowego prenumeratora. Aby zwiększyć zyskowność, wydawnictwo zaczęło stosować techniki data mining – takie jak segmentacja i profilowanie klientów – w celu skoncentrowania wysiłków marketingowych na gospodarstwach domowych rokujących nadzieję, że zostaną lojalnymi i generującymi zyski klientami.

**podnoszenie  
wartości klienta  
poprzez  
skuteczną sprzedaż  
krzyżową**

Poznanie klientów do tego stopnia, by móc przewidywać ich potrzeby, jest kluczem do doskonalenia relacji z nimi i zwiększania zysków. Bank HSBC USA korzysta z rozwiązań analitycznych SPSS, zwłaszcza technik analizy predykcyjnej pomagających określać, którym klientom, kiedy i jaką ofertę należy przedstawić. Pozwoliło to bankowi przewidywać potrzeby klientów i zwiększyć sprzedaż nawet o 50 procent. Dzięki możliwości dokładnego określenia grupy docelowej HSBC Bank USA skutecznie odnajduje najbardziej obiecujących potencjalnych klientów dla danego produktu ze swojej oferty. Unika również kosztów związanych z kontaktowaniem się z osobami niezainteresowanymi danym produktem.

*...nasze kierownictwo otrzymuje informacje o potencjalnych zagrożeniach znacznie szybciej niż dotychczas i są to informacje bardziej precyzyjne. Dzięki temu może podejmować odpowiednie kroki i w efekcie zadbać o to, by związać klientów z naszą firmą i zapobiec ich odchodzeniu do konkurencji.*

*King Douglas, Starszy Analityk, AMR Corp.*

## **milionowe oszczędności dzięki skutecznemu zatrzymaniu wartościowych klientów**

Churn – odchodzenie klientów (głównie do konkurencji) – to kosztowny problem, w szczególności w branży telefonii komórkowej, gdzie poziom odchodzenia klientów sięga nawet 25 procent rocznie. Firma Vanguard Cellular Systems traciła co roku około jednej czwartej spośród 700.000 klientów, przez co była zmuszona do kosztownego pozyskiwania w ich miejsce nowych abonentów. Aby obniżyć ten odpływ do jak najniższego poziomu, firma Vanguard skorzystała z rozwiązań analitycznych SPSS do identyfikowania najbardziej wartościowych klientów. Następnie marketerzy skoncentrowali swe wysiłki na klientach o najwyższej wartości w czasie (LTV). W rezultacie odkryto nowe sposoby zwiększania zysków, zaś wartość wzrostu liczona jest obecnie w milionach dolarów rocznie.

## **poprawa wyników e-biznesu wskutek analizy serwisu WWW**

Analiza danych pochodzących z serwisów WWW szybko staje się sposobem na sukces w sieci. Jubii – największy duński portal internetowy – osiągnął pięćdziesięcioprocentowy wzrost wskaźnika CTR w rezultacie zastosowania narzędzi SPSS do analiz WebMining. Jubii doprowadził do perfekcji pozyskiwanie wartościowych informacji o użytkownikach serwisu. Jak twierdzi Kasper Larsen, szef sprzedaży w Jubii, „WebMining pomaga zrobić użytek z ogromnych zasobów danych i precyzyjnie definiować profile odwiedzających. Wyniki analiz wykorzystywane są następnie do zadań o charakterze operacyjnym, umożliwiając na przykład wyświetlanie reklam banerowych dostosowanych do indywidualnych zainteresowań odwiedzających serwis WWW.

## **wzrost lojalności klientów w wyniku efektywnych badań ankietowych**

Dobra znajomość klientów, pozwalająca na pozyskanie ich lojalności, jest niezwykle istotna w większości branż. Szczególne znaczenia nabiera jednak na silnie konkurencyjnym rynku transportu powietrznego. AMR, firma – matka linii American Airlines, pogłębia wiedzę o swoich klientach dzięki badaniom ankietowym. Wydobycie użytecznych informacji z zebranych danych jest zadaniem Działu Badań Klientów AMR. Zastosowanie systemu analitycznego SPSS, a zwłaszcza technologii analiz predykcyjnych, spowodowało wzrost wydajności działu o 300 procent. Większa wydajność i skuteczność badań pozwala AMR podnosić lojalność swoich klientów. Jak mówi King Douglas, Starszy Analityk w Dziale Badań Klientów AMR „...nasze kierownictwo otrzymuje informacje o potencjalnych zagrożeniach znacznie szybciej niż dotychczas i są to informacje bardziej precyzyjne. Dzięki temu może podejmować odpowiednie kroki i w efekcie zadbać o to, by związać klientów z naszą firmą i zapobiec ich odchodzeniu do konkurencji.”

# jak

pomagamy naszym klientom podejmować trafne

# decyzje?

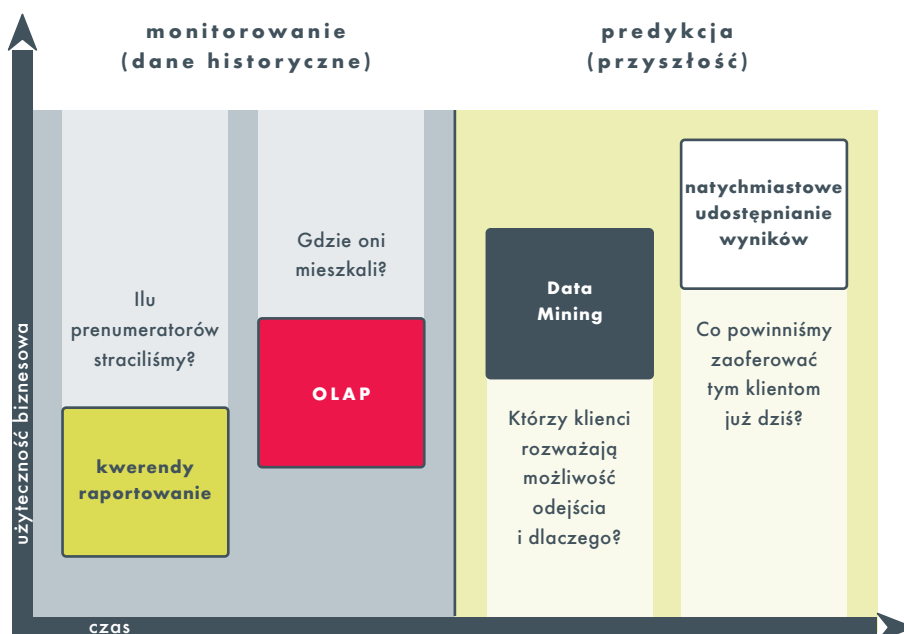
Pierwsze doświadczenia firm związane z wykorzystaniem analiz w działalności biznesowej polegają zazwyczaj na zrozumieniu i mierzeniu efektów decyzji podjętych w przeszłości. Ograniczenie się do takiego rozwiązania przypomina jednak prowadzenie samochodu bez patrzenia przed siebie, a jedynie w lusterko wsteczne. Takie podejście pozwala jedynie spojrzeć na już przebytą drogę, nie dostarczając wyraźnego obrazu przyszłości. Czołowi menedżerowie zdają sobie sprawę, że analizy dające wyobrażenie o przyszłości są koniecznym warunkiem podejmowania decyzji umożliwiających skuteczne rozwiązywanie problemów biznesowych i prowadzenie firmy w odpowiednim kierunku. Dlatego właśnie włączają rozwiązania analityczne data mining do systemów operacyjnych swoich

firm, rozumiejąc, że w przeciwnym wypadku polegą w konfrontacji z konkurentami, którzy już je wdrożyli. Data mining pozwala spojrzeć w przyszłość i wskazuje najbardziej prawdopodobne wydarzenia, dając w ten sposób możliwość podejmowania trafnych decyzji.

Największe korzyści przynosi systematyczne stosowanie data mining i wdrażanie wypracowanych rozwiązań do systemu wspomaganie podejmowania decyzji w przedsiębiorstwie. Rozwiązania analityczne SPSS umożliwiają monitorowanie, predykcję oraz natychmiastową dystrybucję i udostępnianie wyników analiz, pozwalając w ten sposób na ciągłe zwiększanie zysków i podnoszenie konkurencyjności firmy.

## ewolucja rozwiązań analitycznych dla biznesu

Schemat pokazuje rozwój rozwiązań analitycznych wykorzystywanych przez operatora telefonii komórkowej – od programu raportującego tworzącego podstawowe podsumowania i narzędzi OLAP dostarczających bardziej szczegółowych informacji, poprzez system data mining umożliwiający przewidywanie przyszłości, aż do wdrażania modeli analitycznych do systemów operacyjnych w celu ciągłego doskonalenia relacji z klientami.



*SPSS umożliwił nam  
odpowiednio wczesne  
przewidywanie momentu,  
w którym klient zechce odejść.  
Teraz możemy  
podjąć stosowne działania,  
by go zatrzymać.*

”

*Jorge Portugal,  
Dyrektor Marketingu Strategicznego,  
Banco Esperito Santo.*

### **wszechstronna analiza danych daje rezultaty**

Państwa firma inwestuje potężne środki w dane – od ich zbierania i gromadzenia po integrację. Aby uzyskać wysoki poziom zwrotu nakładów poczynionych w dane, niezbędne jest wszechstronne ich wykorzystanie. Różne zadania i różne typy danych wymagają różnych technik analitycznych. SPSS udostępnia obszerny zestaw nowoczesnych technik analitycznych, dostarczając odpowiednich narzędzi i metod gwarantujących wydobyć z danych jak najbardziej wartościowych informacji.

SPSS posiada ponadtrzydziestoletnie doświadczenie w dostarczaniu rozwiązań analitycznych właściwych z punktu widzenia konkretnych problemów biznesowych.

Efektywne techniki segmentacji pozwalają odkrywać odrębne grupy klientów i określać ich profile, dając możliwość zrozumienia ich zachowań. Skuteczne modele predykcyjne pomagają natomiast w wyborze najlepszego sposobu postępowania z tymi klientami. Począwszy od wytypowania klientów najbardziej zainteresowanych zakupem danego produktu, a skończywszy na wskazaniu najlepszej lokalizacji nowego sklepu, właściwe analizy pozwalają zbudować klarowną wizję przyszłości firmy.

### **wdrażanie wyników analiz przynosi korzyści**

Wszechstronne analizy oraz wdrożenie ich wyników do pracy są kluczowymi czynnikami pozwalającymi uzyskać wysoki poziom zwrotu inwestycji w dane. Znaczące korzyści można uzyskać jedynie poprzez wykorzystanie wyników analiz wszędzie tam, gdzie mogą stanowić wartość dla firmy i wspomóc podejmowanie decyzji. SPSS posiada technologie zapewniające szybkie dostarczanie wyników analiz zarówno ludziom, jak i systemom.

### **dostarczanie wyników analiz osobom podejmującym decyzje**

Wyniki analiz mają niewielką wartość, jeśli nie są w odpowiedniej formie dostępne dla każdej osoby podejmującej decyzje, niezależnie od jej miejsca w strukturze firmy. Technologie dystrybucji oferowane przez SPSS cechuje wyjątkowa łatwość udostępniania wyników analiz za pośrednictwem WWW. Dzięki temu szybko docierają one do wszystkich wykorzystujących je osób, przynosząc im aktualne informacje i wiedzę nie-

zbędną do podejmowania trafnych decyzji. Wyposażeni w te informacje menedżerowie są w stanie tworzyć plany działania oparte na dokładnej wizji przyszłości firmy.

### **dostarczanie wyników analiz systemom**

Pomagamy naszym klientom w uzyskaniu wysokiego poziomu zwrotu inwestycji w dane także dzięki zapewnianiu łatwej integracji wyników analiz z funkcjonującymi w firmie systemami. Umożliwiamy wdrażanie wyników analiz wszędzie tam, gdzie dochodzi do kontaktu z klientem, umożliwiając personalizację. Przykładowo integracja modelu analitycznego z serwisem WWW firmy umożliwi automatyczną ocenę odwiedzającego i przedstawienie mu oferty najbardziej dla niego interesującej, czyli o największej szansie dokonania zakupu. Model analityczny może być także zintegrowany z systemem call center i podczas rozmowy z klientem podpowiadać, co należy zrobić, by osiągnąć jak najwyższy poziom jego zadowolenia. Przy takim podejściu każdy bit gromadzonych danych staje się motorem przyszłych korzystnych relacji z klientami i źródłem zysków firmy.

## **wysoki poziom zwrotu inwestycji w krótkim czasie i przy niskim poziomie kosztów**

Nasi klienci uzyskują wysoki poziom zwrotu inwestycji w dane przy najniższych całkowitych kosztach wdrożenia i eksploatacji systemu analitycznego, ponieważ dostarczamy rozwiązania najnowocześniejszych i najbardziej efektywnych ekonomicznie. Oferowane przez nas rozwiązania są łatwe w użyciu zarówno dla analityków, jak i osób podejmujących decyzje w firmie. Oznacza to skrócenie czasu od momentu wdrożenia rozwiązania do uzyskania wymiernych efektów oraz niższe koszty szkoleń. Ponadto, co niezwykle istotne, nasze rozwiązania analityczne łatwo wkomponowują się w funkcjonujące w firmie systemy, dzięki czemu koszty IT zostają ograniczone do minimum.

# n a g r a d z a n e

produkty **i** usługi

Różne problemy biznesowe wymagają różnych technik analitycznych i metod wdrażania ich wyników. Dzięki szerokiemu spektrum naszych wielokrotnie nagradzanych produktów analitycznych i usług mamy możliwość dostarczania systemów analitycznych w pełni zaspokajających potrzeby firmy w zakresie rozwiązywania problemów biznesowych.

**Smart Viewer Web Server** ■ umożliwia dystrybucję interaktywnych raportów analitycznych w firmie za pośrednictwem WWW.

**AnswerTree** ■ pomaga w dokonywaniu segmentacji i profilowaniu klientów oraz przewidywaniu ich reakcji dzięki wykorzystaniu najobszerniejszego z dostępnych obecnie na rynku zestawów algorytmów drzew decyzyjnych.

**DecisionTime i WhatIf?** ■ to dwa współpracujące ze sobą programy wspomagające podejmowanie decyzji poprzez tworzenie i udostępnianie prognoz. DecisionTime automatycznie lub interaktywnie tworzy precyzyjne modele prognoz, a WhatIf? udostępnia je w firmie przez WWW oraz umożliwia weryfikację różnych scenariuszy wydarzeń poprzez prowadzenie analiz typu „co, jeśli?”.

**konsulting i szkolenia** ■ od ponad trzydziestu lat pomagamy firmom rozwiązywać ich problemy biznesowe wykorzystując analizę ich danych. Oferujemy nasze narzędzia, metodologię i doświadczenie, które w połączeniu z wiedzą naszych klientów zapewniają szybki zwrot inwestycji w systemy wspomagające podejmowanie decyzji. Działamy jako strategiczni partnerzy – dostosowujemy swoje doświadczenie, wiedzę i techniki analityczne do celów biznesowych naszych klientów. Nasi wykładowcy przekazują pracownikom firm naszych klientów wiedzę i umiejętności umożliwiające im samodzielne rozwiązywanie problemów biznesowych z wykorzystaniem naszych nowoczesnych rozwiązań analitycznych.

**SPSS Clementine** ■ umożliwia szybkie budowanie modeli predykcyjnych dzięki zastosowaniu interaktywnego interfejsu i wykorzystaniu wiedzy branżowej, a także wdrażanie tych modeli do systemów operacyjnych firmy.

**SPSS** ■ oferuje potężny zestaw sprawdzonych, skalowalnych technik statystycznych dla potrzeb raportowania analitycznego i budowania modeli predykcyjnych.

**SPSS Data Entry** ■ pozwala na szybkie i bezpieczne zbieranie wyczyszczonych i kompletnych danych ze stron WWW, z wywiadów telefonicznych lub ankiet drukowanych.

*SPSS jest zastrzeżonym znakiem towarowym, a pozostałe produkty i nazwy SPSS są znakami towarowymi SPSS Inc. Inne produkty i nazwy są znakami towarowymi lub zastrzeżonymi znakami towarowymi odpowiednich firm.*

**SPSS Polska Sp. z o.o.**  
ul. Królewska 57  
30-081 Kraków  
tel./faks: 012.636.96.80  
tel./faks: 012.636.07.91  
tel./faks: 012.636.45.35  
e-mail: [info@spss.pl](mailto:info@spss.pl)  
<http://www.spss.pl>  
<http://www.webmining.pl>