

przewidzieć zachowanie klienta

ROZWIĄZANIA PREDYKCYJNE
DLA BRANŻY FINANSOWEJ

jak skutecznie pozyskać nowych
klientów ?

jak zwiększyć wartość klientów?

jak podnieść efektywność
kampanii marketingowych ?

jak utrzymać wartościowych
klientów ?

jak zarządzać ryzykiem,
wykrywać nadużycia i pranie
pieniędzy?

”

Caixa Catalunya, z siedzibą w Barcelonie jest trzecim co do wielkości bankiem działającym w Katalonii. Wykorzystuje on rozwiązania analityczne SPSS do doskonalenia wiedzy o potrzebach klientów i wykorzystania jej w interakcjach z klientami. W efekcie Bank osiągnął 30%–60% wzrost wyniku w ramach poszczególnych działań i kampanii sprzedażowych

Polskie banki komercyjne funkcjonują na wysoko konkurencyjnym rynku i dalszy wzrost ich przychodów oraz rentowności jest mocno uzależniony od jakości oferty i relacji z klientami. Podstawowa działalność banku nie zmieniła się – nadal jest to przyjmowanie depozytów i udzielanie kredytów, konwersja kwot i terminów, standardowe czynności bankowe oraz usługi pośredniczące. Klient jednak nie kupuje produktów ani usług banku, tak naprawdę płaci bankowi za zaspokojenie swoich „potrzeb finansowych”. U podstaw sukcesu na tak rozumianym rynku jest orientacja na potrzeby klienta, czyli przyjęcie założenia, że bank musi tak dostosować obsługę i ofertę, aby odpowiadać na potrzeby konsumenta lepiej niż robi to konkurencja.

SPSS POLSKA dostarcza instytucjom finansowym rozwiązania umożliwiające analizę zachowań klientów. Pozwalają one na identyfikację ich potrzeb, a przez to pozwalają bankom na odpowiednie ich zaspokojenie. Zachowania klientów, są również bardzo przydatne w takich obszarach działalności banków jak zarządzanie ryzykiem kredytowym oraz wykrywanie nadużyć.

zarządzanie relacjami z klientami

Instytucje finansowe korzystają z rozwiązań analitycznych SPSS do:

skutecznego pozyskiwania klientów – uzupełniając standardową segmentację rynku o znajomość zachowań i profili własnych klientów można tak zróżnicować ofertę i komunikację, aby przyciągać tych klientów, którzy najpełniej wykorzystują ofertę banku;

”

Banco Espirito Santo, działający głównie w Portugalii i Hiszpanii, wdrożył rozwiązania SPSS do przewidywania ryzyka rezygnacji klientów z usług banku i badania powodów ich niezadowolenia. Podejmowane na podstawie tego rozwiązania przelożyły się na redukcję odchodzenia klientów o 15%–20%

zwiększania przychodów z portfela klientów –znając potrzeby klienta można dopasować do klienta odpowiednią ofertę w odpowiednim czasie w ramach zaplanowanych kampanii cross-sell i up-sell; działania te wpływają pozytywnie również na lojalność klientów;

zatrzymywania klientów – wiedząc, na podstawie analizy zachowań, którzy klienci mogą zrezygnować z usługi oraz znając, na podstawie cyklicznych badań własnych klientów, ich „powody niezadowolenia” możemy szybko reagować odpowiednimi działaniami „utrzymaniami”

Wynikiem wdrożenia rozwiązań analitycznych jest wiedza i modele predykcyjne, które integrują się z systemami:

- do optymalizacji i zarządzania kampaniami wychodzącymi,
- do generowania rekomendacji w czasie rzeczywistym podczas transakcji bądź obsługi kontaktów przychodzących w różnych kanałach kontaktu.

zarządzanie ryzykiem, bezpieczeństwo i compliance

Zarządzanie ryzykiem jest immanentnym elementem prowadzenia działalności bankowej. Wyniki analizy zachowania klientów bardzo przydatne są do tworzenia modeli predykcyjnych w obszarze ryzyka kredytowego, wykrywania nadużyć oraz w przeciwdziałaniu występowania zjawiska prania pieniędzy.

W tym obszarze proponujemy następujące rozwiązania analityczne:

budowa modeli ryzyka kredytowego (również w postaci kart punktowych) oraz ich wdrożenie do scoringu;

budowa modeli PD, LGD, EAD oraz wdrożenie ich do wyliczania wymogów kapitałowych w ramach systemów A-IRB;

system do automatycznego wykrywania nadużyć (Fraud Detection & Prevention), w obszarach transakcyjnych oparty o wiedzę ekspercką oraz modele zachowań nietypowych;

system do automatycznej oceny ryzyka prania pieniędzy, pozwalający na spełnienie wymogów znowelizowanej ustawy o przeciwdziałaniu praniu brudnych pieniędzy.

”

Cornèrcard, jeden z głównych graczy na szwajcarskim rynku kart kredytowych. Wykorzystuje rozwiązania analityczne SPSS do codziennego scoringu całej bazy 600 tys. kart kredytowych. W wyniku otrzymuje zaktualizowane oceny ryzyka i wykorzystuje je do podejmowania odpowiednich działań ograniczających ryzyko niespłacenia zadłużenia przez klientów. W efekcie udało się ograniczyć liczbę niespłaconych kredytów w kartach (default rate) o 15%

”

(...) Departament Informacji Finansowej zbudował system analityczny, wspierający poszukiwanie w bazie zgłaszanych przez instytucje obowiązkane transakcji ponad-progowych przypadków mogących mieć związek z praniem pieniędzy. Z wykorzystaniem oprogramowania Clementine (PASW Data Modeler), systemu data mining firmy SPSS, analizowane są olbrzymie ilości danych, dotyczących transakcji między podmiotami tak, aby typować transakcje potencjalnie związane z praniem pieniędzy (...)



Szanowni Państwo,

W czasach, w których właściwe informacje są podstawą sukcesu, szczególnego znaczenia nabierają te z nich, które umożliwiają „spojrzenie w przyszłość”.

Źródłem takich właśnie informacji są rozwiązania predykcyjne. Dzięki wykorzystaniu nowoczesnych technologii analitycznych, pozwalają one zminimalizować ryzyko popełnienia błędu przy podejmowaniu decyzji.

SPSS jest nie tylko wiodącym dostawcą technologii predykcyjnych na świecie¹ – analiza danych jest po prostu naszą pasją, a sukces biznesowy naszych klientów, uzyskany dzięki jej wykorzystaniu, traktujemy jako podstawową miarę naszej wartości.

Technologia i kompetencje SPSS okazały się szczególnie wartościowe dla naszych klientów z branży finansowej, skutecznie wspierając ich w:

- zwiększaniu przychodów
- minimalizowaniu kosztów
- ograniczaniu ryzyka
- przeciwdziałaniu nadużyciom

Od powstania SPSS w 1968 roku, obszarem któremu poświęcamy bardzo dużo uwagi jest analiza danych opisujących ludzi, ze szczególną orientacją na przewidywanie ich zachowań.

Wykorzystanie nowoczesnych technologii analitycznych oraz szerokiego spektrum danych – od danych transakcyjnych i demograficznych, po historię relacji oraz opinie i oczekiwania klientów – w połączeniu z know-how zespołu SPSS, stanowią istotny wkład w sukces banków i instytucji finansowych w budowaniu korzystnych relacji z ich klientami.

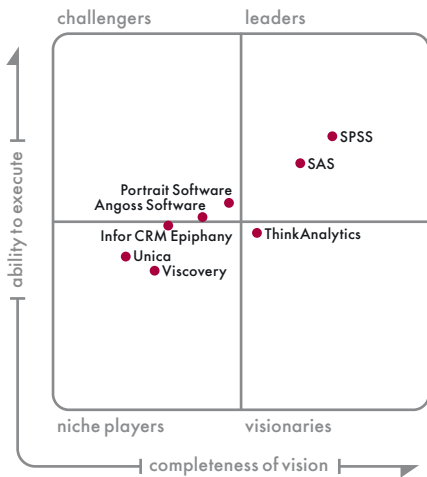
Mamy to szczęście, że współpracujemy z klientami², którzy dzielą naszą pasję. Niezależnie od tego, czy zajmujemy się wsparciem sprzedaży, przeciwdziałaniem praniu brudnych pieniędzy, ograniczaniem odchodzenia klientów do konkurencji, czy optymalizacją kampanii marketingowych, ostateczny sukces zawsze jest efektem bliskiej współpracy z naszymi klientami.

I choć ponad 80% wdrożeń naszych rozwiązań zostało zrealizowanych w zaplanowanym budżecie i czasie, a przeciętny zwrot z inwestycji w technologie SPSS był krótszy niż 11 miesięcy³, to jednak największą satysfakcją daje nam to, że nasi klienci postrzegają nas nie tylko jako dostawcę rozwiązań informatycznych lecz przede wszystkim jako partnera biznesowego⁴.

Z takim nastawieniem podchodzimy do każdego klienta.

Jestem przekonany, że i Państwo będą ze współpracą z nami zadowoleni.

Piotr Komornicki
Prezes
SPSS Polska



SPSS plasowany jest jako lider na rynku Customer Data Mining, z przewagą nad innymi dostawcami w zakresie kompletności wizji wykorzystania data mining do wspomaganie decyzji biznesowych oraz możliwości realizacji.

(„Magic Quadrant for Customer Data Mining, 2Q08” by Gartner Inc., 2008)

1 SPSS jest pozycjonowany jako lider w zakresie kompletności wizji wykorzystania data mining do wspomaganie decyzji biznesowych oraz możliwości realizacji. Magic Quadrant for Customer Data-Mining Applications by Gartner Inc., 2008.

2 Klientami SPSS jest ponad 95% przedsiębiorstw z listy Fortune 1000, w tym dziesięć największych globalnych banków. W branży finansowej z rozwiązań SPSS korzystają, m.in.: ABN Amro, Credit Suisse, Lloyds Tsb, Sparbeleg/aegon, Banco Espírito Santo (BES), HSBC Bank USA, Provident Financial, Alpha Credit Belgium, Helvetia, Barclays Bank, Caixa Catalunya, Coinstar Inc., Cornèrcard, Deloitte & Touche Denmark, Standard Life. W Polsce wśród klientów SPSS Polska znajdują się m.in.: BRE Bank SA, Bank Zachodni WBK SA, Fortis Bank Polska SA, Ministerstwo Finansów, Bank Millennium SA, BGŻ SA, Raiffeisen Bank Polska SA, PKO Bank Polski SA, Urząd Kontroli Skarbowej, AIG Credit SA.

3 “Ninety-four percent of customers had achieved a positive ROI from their SPSS deployment with an average payback period of 10.7 months.”, “The Real ROI from SPSS”, Nucleus Research, 2005

4 SPSS references were the most favorable about the experience across the entire customer relationship, with the sales process, technical implementation and deployment, user onboarding and training, and postsales support all highly rated. To quote one reference: SPSS is not a vendor, it is a partner.” Organizations seeking a partner should consider SPSS.”, Magic Quadrant for Customer Data-Mining Applications by Gartner Inc., 2008.