

British Telecommunications

wyzwanie

- Poznanie i zrozumienie zachowań konsumentów na rynku telekomunikacyjnym;
- Identyfikacja klientów najbardziej skłonnych do zakupu produktów i usług British Telecommunications;
- Stworzenie właściwych profili konsumentów, a następnie skierowanie odpowiedniej oferty do wyodrębnionych segmentów;
- Osiągnięcie większego procentu odpowiedzi na kampanie marketingowe, wzrostu zysków ze sprzedaży produktów oraz powiększenia swojego udziału w rynku.

rozwiązanie

Zastosowanie Clementine do analizy danych i tworzenia modeli eksploracyjnych.

korzyści

- Zwiększenie skuteczności działu sprzedaży i marketingu dzięki dostarczaniu listy najbardziej atrakcyjnych klientów;
- Wzrost odsetka odpowiedzi na działania marketingu bezpośredniego o 100%.

*Dzięki współpracy z SPSS
i rozwiązaniu Clementine
jesteśmy w stanie osiągnąć
więcej niż początkowo
zakładaliśmy oraz zwiększyć
liczbę odpowiedzi
na kampanię marketingu
bezpośredniego nawet
o 100%*

”

*Stephen O'Brien
Senior Consultant w British
Telecommunications*

Stabilny niegdyś brytyjski sektor telekomunikacji stał się obecnie sceną bezwzględnej walki konkurencyjnej. British Telecommunications, wcześniejszy monopolista, wciąż jest wiodącym dostawcą lokalnych, międzymiastowych i zagranicznych usług telekomunikacyjnych w UK, z roczną sprzedażą o wartości 29 bilionów funtów. Teraz jednak musi konkurować ze 160 innymi firmami telekomunikacyjnymi. Aby utrzymać swoich klientów, pozyskać nowych oraz maksymalizować sprzedaż firma potrzebowała dokładnej wiedzy o tym, kto kupuje jej produkty i usługi.

W celu zidentyfikowania cech swoich klientów firma powołała zespół analityczny, kierowany przez Starszego Konsultanta Stephena O'Briena. Pierwsze zadanie zespołu polegało na stworzeniu profili potencjalnych nabywców nowej usługi „Business Highway”, oferującej klientom do wyboru trzy numery telefonu na jednej linii: jeden standardowy i dwa cyfrowe.

Zbieranie informacji

Istotne dane zawierające informacje o konsumentach i produktach, billingi oraz dane historyczne były rozproszone po całym przedsiębiorstwie. Zespół musiał więc najpierw zbudować hurtownię danych. Przygotowanie danych zajęło dość dużo czasu, ponieważ należało je odszukać, wydobyć, a później posegregować, połączyć, wyciszczyć i ocenić. Dopiero wtedy mógł się rozpocząć ścisły etap analizy danych przy użyciu Clementine.

Odkrywanie ukrytych wzorów z pomocą data mining

Aby przekopać się przez dane i odnaleźć ukryte w nich wzory i trendy, British Telecommunications wybrała Clementine. Z pomocą tego narzędzia w niezwykle krótkim czasie można otrzymać złożone, zaawansowane modele. Dzięki graficznemu interfejsowi i nowatorskiej metodzie wizualizacji danych jego obsługa jest wyjątkowo przy-

stępna i wygodna. O'Brien nazwał Clementine „warsztatem data mining”, ponieważ oferuje cały wachlarz metod analitycznych, wraz z analizą skupień, sieciami neuronowymi, regułami asocjacyjnymi i drzewami decyzyjnymi. Bez trudu radzi sobie również z tak powszechnymi problemami jak odstające obserwacje, braki danych i inne.

Analiza danych i budowanie modeli

Podczas przygotowywania danych zespół analityczny przy pomocy Clementine dokonał oceny jakości poszczególnych zmiennych pod względem ich przydatności do konstruowania modelu, zaznajomił się ze zmiennymi i ich rozkładem, po czym wyeliminował te z nich, które były słabo powiązane z zakupem „Business Highway”. Następnie analitycy zmierzili moc predykcyjną poszczególnych zmiennych w stosunku do skłonności konsumentów do zakupu.

Następnym etapem procesu analizy danych było zbudowanie i przetestowanie serii eksperymentalnych modeli przy użyciu drzew decyzyjnych. „Największą siłą Clementine – mówi O'Brien – jest to, że nie pozwala pogubić się w kolejnych etapach procesu data mining. Clementine redukuje ryzyko popełnienia błędu, pozwalając szybko wypróbować wiele alternatywnych sposobów postępowania, tak by wybrać najlepszy z nich. Można zatem zbudować wiele modeli wyjaśniających w ciągu kilku dni”.

Lista najlepiej rokujących klientów

„Najważniejszą korzyścią, jaką wynieśliśmy z pracy z Clementine, jest uproszczenie i zrozumienie struktury danych oraz wizualizacja procesu data mining. – twierdzi O'Brien – W rezultacie przeprowadzonego badania mogliśmy dostarczyć działom sprzedaży i marketingu listę segmentów najbardziej obiecujących klientów. Zaprezentowaliśmy im także wykresy wyjaśniające, dlaczego to właśnie do tych klientów powinno się kierować ofertę 'Business Highway'.”

Stuprocentowy wzrost liczby odpowiedzi na kampanię marketingu bezpośredniego

„Z pomocą Clementine oraz dzięki oferowanej przez nią eksploracyjnej analizie danych i wizualizacji, mogliśmy stworzyć kryteria selekcji najbardziej obiecujących konsumentów. Nawet jeszcze przed zbudowaniem ostatecznego modelu jesteśmy w stanie osiągnąć więcej niż początkowo zakładaliśmy i zwiększyć liczbę odpowiedzi na kampanię direct mail nawet o 100%” – oznajmia O'Brien.

W przyszłości zespół planuje skorzystać z Clementine do identyfikacji klientów, którzy mogą przynieść największe korzyści oraz tych, którzy mimo poświęcenia im dużej uwagi ostatecznie nie dokonują zakupu. Pojmie również próby określenia wzorów migracji klientów między firmami (churn).

Zwrot z nakładów na inwestycje

Skuteczne profilowanie klientów wymaga wiedzy biznesowej, odpowiednich danych i właściwej oferty. Clementine, którego British Telecommunications używa do budowania modeli predykcyjnych, umożliwia firmie definiowanie grup docelowych w trakcie cyklu życia produktu i trwania kampanii, identyfikację trendów na zmieniającym się rynku i pogłębianie jego penetracji w różnych sektorach. Na każdym z tych etapów zestaw narzędzi do data mining zawartych w Clementine wspiera marketing kompletnymi, wykonywanymi w krótkim czasie analizami statystycznymi. Przykład projektu „Business Highway” pokazuje, że rezultatem zastosowania data mining przy użyciu Clementine jest pozyskanie nowych klientów i większa sprzedaż.

SPSS Polska

ul. Raclawicka 58
30-017 Kraków
tel./faks 012.636.96.80
tel./faks 012.636.07.91
tel./faks 012.636.45.35
e-mail: info@spss.pl
www.spss.pl
www.analizadanych.pl
www.webmining.pl