

Fortis Bank

wyzwanie

Budowanie bardziej zyskowych relacji z klientami przez poszczególne oddziały banku.

rozwiązanie

Wykorzystanie SPSS PredictiveMarketing, bazującej na technologii DataDistilleries i opracowanie rozwiązania wspólnie ze specjalistami z SPSS.

korzyści

- Identyfikowanie potencjalnych klientów;
- Bardziej efektywna obsługa w oddziałach banku;
- Dopasowanie odpowiedniej oferty do potrzeb poszczególnych grup klientów;
- Redukcja liczby klientów odchodzących do konkurencji.

*SPSS PredictiveMarketing
wyróżnia się na tle
konkurencyjnych aplikacji,
zaimponował nam
swoją zdolnością
do wygenerowania wyników
w bardzo krótkim czasie*

”

*Peter Heijt
Fortis Bank*

Fortis Bank jest jedną z największych organizacji działających na rynku usług finansowych używających aplikacji analitycznych bazujących na technologii DataDistilleries. Aplikacje SPSS PredictiveMarketing Fortis zaczęły wdrażać w listopadzie 2003 roku.

Kluczowym elementem strategii Fortis Banku jest wzrost efektywności kontaktu z nabywcą we wszystkich biurach obsługi klienta. Fortis Bank wybrał aplikacje PredictiveMarketing jako narzędzie umożliwiające pozyskiwanie nowych klientów oraz wykorzystanie baz danych w działaniach marketingowych. Po przez analizę baz danych Fortis będzie mógł identyfikować obszary w których nastąpić może powiększenie koszyka sprzedaży i przeciwdziałać odchodzeniu klientów. Narzędzie pozwoli siedmiuset konsultantom pracującym w ogólnokrajowej sieci sprzedaży łatwo zidentyfikować potencjalnych klientów, a także określić najskuteczniejsze działania w stosunku do każdego indywidualnego przypadku.

„SPSS PredictiveMarketing wyróżnia się na tle konkurencyjnych aplikacji, zaimponował nam swoją zdolnością do wygenerowania wyników w bardzo krótkim czasie” twierdzi Peter Heijt, menedżer zajmujący się analizą

baz danych w Fortis Banku. „Jego efektywność w identyfikowaniu potencjalnych klientów umożliwi zaoszczędzenie znacznej ilości czasu i wysiłku naszym konsultantom. Pozwoli im to skoncentrować się na obsłudze i doradzaniu klientom – co stanowi główny czynnik lokalnej sprzedaży detalicznej. Nasza firma zaczęła już doświadczać korzyści płynących ze stosowania PredictiveMarketing przez wzrost skuteczności pozyskiwania nowych klientów.”

„Instytucje finansowe takie jak Fortis Bank mogą generować ogromne dodatkowe zyski dzięki lepszemu zrozumieniu indywidualnych potrzeb klientów” twierdzi Colin Shearer, wiceprezes SPSS Inc. zajmujący się analizą klientów. „Zamiast dopasowywać grupy klientów do konkretnych produktów lub ofert, staramy się uzyskać wzrost zysku poprzez dostarczanie spersonalizowanych ofert dla indywidualnych klientów. Dzięki temu unikamy kampanii, których efektem jest bombardowanie naszych najlepszych nabywców niepotrzebną informacją. Stwarza to możliwość budowania bliższych relacji z klientami przez poszczególne oddziały. Jesteśmy zadowoleni z współpracy z jednym z największych europejskich banków i liczymy na długą i pełną sukcesów kooperację.”

O Fortis Banku

Fortis Bank jest częścią Fortis, instytucji świadczącej usługi finansowe, prowadzącej działalność na rynku bankowym oraz finansowym. Z kapitałem 23.6 biliona Euro (30/06/2004) oraz z około 53 tys. pracowników Fortis Bank znajduje się wśród dwudziestu największych instytucji finansowych w Europie. Na swoim rodzimym rynku, w krajach Beneluksu, Fortis zajmuje pozycję lidera, jego celem jest ugruntowanie tej pozycji i dalszy wzrost. W krajach europejskich i azjatyckich efektywnie wykorzystuje swoje know-how oraz doświadczenie na rynku bankowym i ubezpieczeniowym. Fortis również z sukcesami działa poprzez Internet. Jest notowany na giełdzie w Amsterdamie, Brukseli i Luksemburgu. Więcej informacji można znaleźć na stronie internetowej: www.fortis.com.

O SPSS Inc.

SPSS Inc. jest światowym liderem w dystrybucji usług oraz technologii związanych z predictive analytics. Technologia ta łączy posiadane dane z efektywnym działaniem, dzięki dostarczaniu wiarygodnych informacji na temat obecnej sytuacji oraz przyszłych zdarzeń. Ponad 250 tys. klientów z sektora komercyjnego, akademickiego oraz publicznego polega na technologii SPSS w działaniach zmierzających do zwiększenia dochodów, redukcji kosztów, udoskonalenia procesów oraz wykrywania i zapobiegania nadużyciom. SPSS powstał w 1968 roku. Jego główna siedziba znajduje się w Chicago w stanie Illinois. Dodatkowe informacje o firmie znajdują się na stronie internetowej www.spss.pl.

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

