

Virgin Mobile vyzváňa novej generácii marketingu so softwarom SPSS

Využitie prediktívnej analytiky pre optimalizáciu CRM stratégie



Virgin Mobile UK

Cieľ

Lepšie pochopenie svojich zákazníkov

Odhadnúť správanie a potreby jednotlivých zákazníkov

Optimalizácia marketingových kampaní

Riešenie

Segmentácia zákazníkov

Analýza výsledkov predchádzajúcich marketingových kampaní

Produkt

IBM SPSS Modeler

ACREA prípadové štúdie

IBM SPSS Software Business Analytics

Virgin Mobile, vedúci prevádzkovateľ virtuálnych sietí vo Veľkej Británii si zvolil software vedúci v oblasti predictive analytics pre optimalizáciu marketingovej kampane a zníženie odchodov zákazníkov.

Software SPSS umožňuje Virgin Mobile analyzovať dáta o svojich zákazníkoch a výsledky predchádzajúcich direct - marketingových kampaní za účelom identifikácie vhodných segmentov zákazníkov pre nové marketingové akcie, zamerané na štyri milióny zákazníkov tohoto mobilného operátora.

Virgin Mobile každý rok organizuje viac ako sto marketingových kampaní. Vďaka identifikácii najvhodnejších zákazníkov pre každú z nich, mobilný operátor bude schopný znížiť náklady na tieto akcie, obmedziť odchody zákazníkov ku konkurencii a zvýšiť príjmy na jedného osloveného zákazníka pri rovnakom rozsahu marketingových aktivít. Napríklad zákazníci s programom *pay-as-you-go*, ktorí si kupujú obmedzené čiastky kreditu a je u nich veľká pravdepodobnosť odchodu, môžu byť v dobe okolo nákupu ďalšieho kreditu oslovení textovou správou s pripomenutím výhod odmeňovacej schémy Virgin Mobile skôr, ako ad hoc kampaňami.

Software SPSS Predictive analytics Virgin Mobile umožňuje lepšie pochopiť svojich zákazníkov vďaka kombinácii informácií o minulých udalostiach, súčasnom stave a plánovaných akciách v budúcnosti.

Toto mobilnému operátorovi poskytuje kompletný pohľad na jeho zákazníka, umožňuje mu primerane odhadnúť správanie a potreby jednotlivých zákazníkov a robiť preventívne opatrenia.

"So stále sa stupňujúcou konkurenciou v našom odvetví sa riadenie vernosti zákazníkov stáva rozdielom medzi úspechom a neúspechom," povedala Caroline Schmidt, CVM Controller v spoločnosti Virgine Mobile. *"Zvyšovať efektivitu našich CVM aktivít môžeme iba cez lepšie poznanie našich zákazníkov."*

A pokračovala: *"Pomocou SPSS riešenia predictive analytics sa dostanete bližšie k svojim zákazníkom a odhadnete, ktorá kampaň bude fungovať najlepšie na každého z nich. Ide o situáciu, v ktorej víťazia obe strany - zákazníci dostanú len oznámenie, na ktoré pravdepodobne zareagujú a my dosiahneme vyššiu mieru reakcií a väčšiu ROI pre každú kampaň. Toto je naozaj CRM novej generácie."*

"Pre prežitie organizácie v dnešnom svete je rozhodujúci nový prístup k CRM," dodal Neil Hartley, UK Country Manager v spoločnosti SPSS. *"Spoločnosti, ako Virgin Mobile, nastavujú nové štandardy pre zákaznícky management 21. storočia tým, že nielen analyzujú efektivitu každej kampane, ale získanú informáciu používajú pre predikcie budúcich výsledkov, čo pomáha redukovat' odchodov zákazníkov, zvýšiť ROI z marketingových investícií a príjmy z cross - sellingu."*

Viac prípadových štúdií nájdete na

www.acrea.cz/zakaznici.htm