

# Retencia zákazníkov vďaka analytike



Logo partnera



# **Dátová analytika v SPP**

**Miroslav Milán**

vedúci útvaru market. stratégie a BI

# Dátová analytika ako sme na tom?



15% z TOP 500 svetových firiem využíva dátovú analytiku ako svoju konkurenčnú výhodu



**15% firiem v našom regióne využíva dátovú analytiku**

10% firiem v našom regióne plánuje využívať dátovú analytiku

75% firiem v našom regióne nevyužíva dátovú analytiku



Ako je na tom vaša firma?

# Ideálne sektory pre datamining a BI

*objem dát vs cieľovka*

- Dátová analytika v sektore computer games
- Dátová analytika v sektore health & fitness
- Dátová analytika v sektore telco
- Dátová analytika v sektore banking & insurance
- **Dátová analytika v sektore energy**



# Biznis hodnota - retencia

- Prediktívne modely
- Retenčné modely
- Early warning indicators
- Znižovanie odchodovosti



2012  
Churn  
≥7%

2015  
Churn  
3%

- **Záchrana zákazníkov**  
(biznis hodnota = počet zachránených zákazníkov \*  
CLV hodnota)

# Biznis hodnota – cross sell

- Prediktívne modely
- Cross sell modely
- Propensity to sell
- Zvyšovanie a zlacňovanie predaja



- **Akvizícia zákazníkov**

(biznis hodnota = počet extra akvizovaných zákazníkov \*  
CLV hodnota)

2012  
Sucess  
rate x%

2012  
Akvizičné  
nákl. Y€

2015  
Sucess  
rate 2x%

2015  
Akvizičné  
nákl. Y/2€

# Spokojnosť zákazníkov vs datamining

- Riadenie customer experience
- Rast zákazníckej spokojnosti a lojality (CSI & NPS)
- Tradičné prieskumy a datamining (soft responses)
- Online prieskumy (survey monkey)



- **Pokles nákladov & rast lojality zákazníkov**  
(sekundárny vplyv na pokles odchodovosti)

## Biznis case

Aj po implementácii dataminingu je potrebné merať každú kampaň.

Dôležité je pre najlepší výsledok kampane položiť si niekoľko otázok:

- Je kampaň v súlade so stratégiou firmy?
- Aké sú náklady kampane?
- Aká je hodnota produktu resp. zachráneného zákazníka?
- Aký je rozdiel medzi kontrolnou a cieľovou vzorkou?
- Aké sú prínosy kampane?
- Aká je návratnosť investície do kampane?
- Budú schopné podporiť kampaň interné a externé predajné kanály?

# Prediktívna analytika a kampane v SPP

## Úspešné kampane

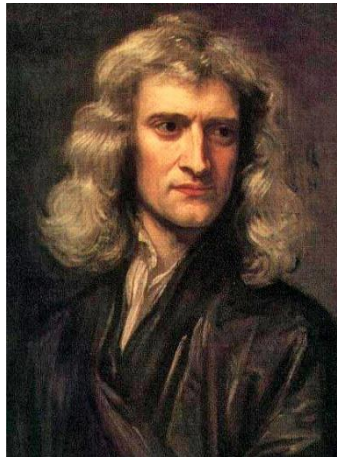
- Retenčná kampaň – Férová linka
- Cross sell kampaň – Energia e-mailom na mieru
- Up sell kampaň – E faktúra
- Akvizičná kampaň – 2 energie
- Komunikačná kampaň – Plaťte menej za energie (Chata)

## Neúspešné kampane

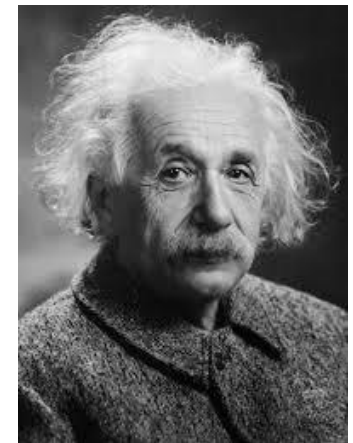
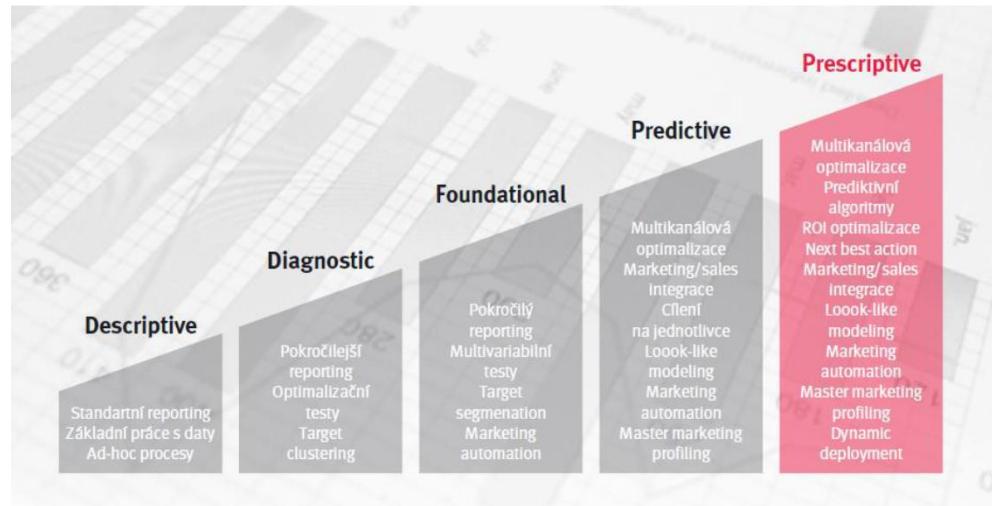
- Retenčná kampaň – Poukážky do aquaparku
- Cross sell kampaň – Preventívne prehliadky

# Obohacujme data a sledujme trendy

## Data learning curve



Newton



Einstein

# Ďakujeme za pozornost

Logo partnera

