

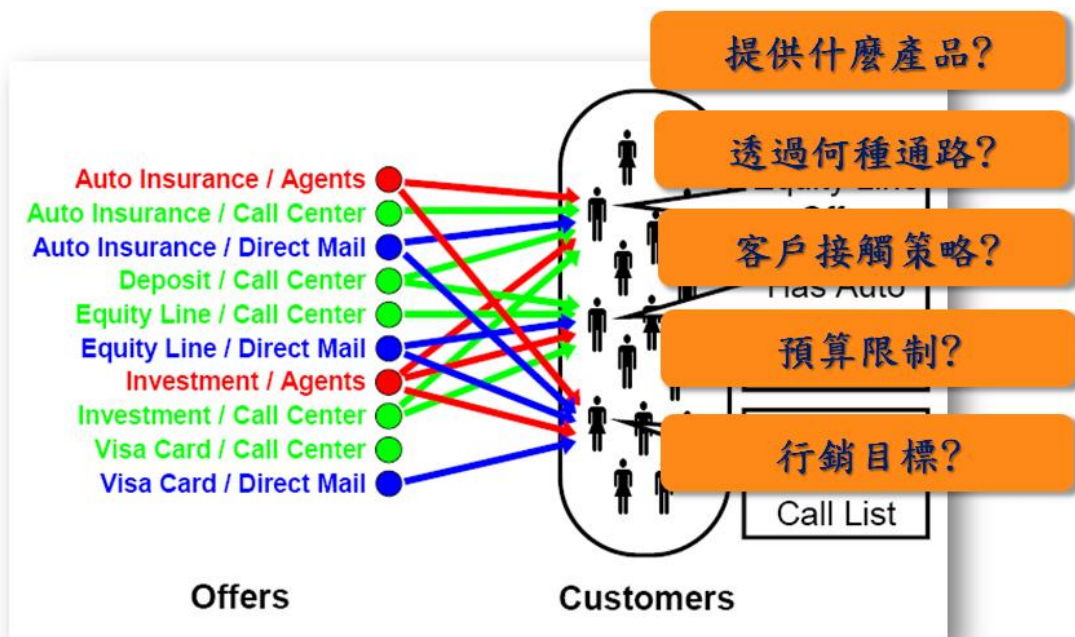
## CRM 的下一步：如何做到最適化行銷？

### ■ 行銷面臨的問題

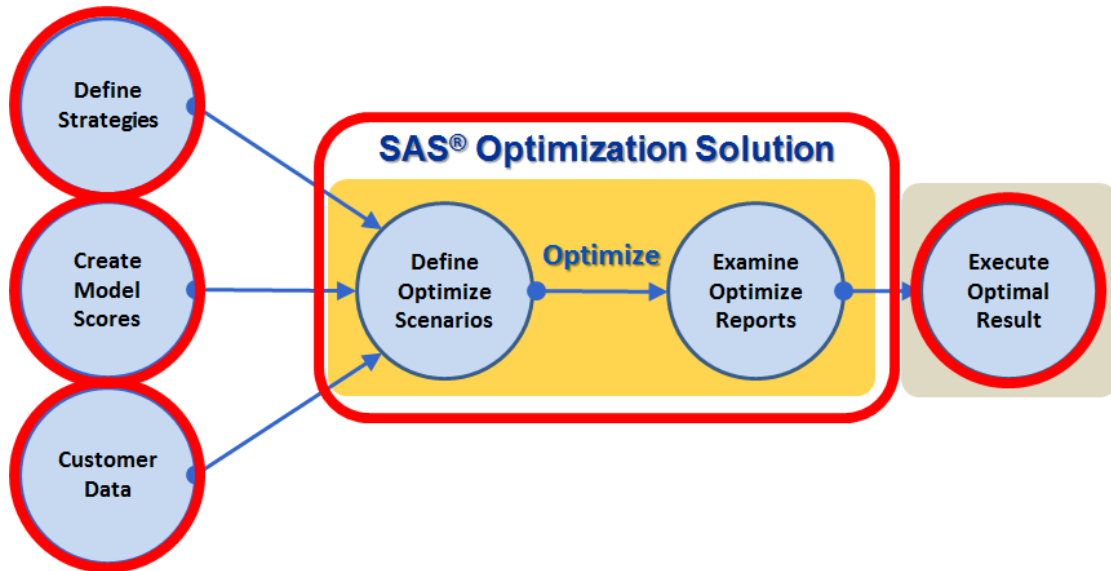
隨著科技的進步與競爭的日趨白熱化，消費者發現他每天有收不完的 e-mail 和接聽不完的電話行銷人員銷售電話。面對這種現象，大部份的人可能婉轉拒絕或是直接刪除 e-mail、掛電話。更甚者可能打電話到廠商客訴或是要求不要再進行共同行銷。對於銷售人員而言，他可能不知道消費者的真正需求，只好就手上可以銷售的產品逐一銷售。可以預見的，廠商寄送的 e-mail 點閱率愈來愈低，行銷人員的電話掛斷率愈來愈高，產品銷售率當然愈來愈低，甚至客戶的流失率也會提高。會產生這種現象的關鍵在於廠商不知道客戶的真正需要是什麼？應該提供何種產品？不知道那一種通路最有效？不知道如何設定客戶的接觸策略以提高行銷回應率與避免客戶干擾？這些問題透過 SAS 行銷最適化解決方案 (Marketing Optimization; MO) 可以得到完滿的解決。

### ■ SAS 行銷最適化解決方案 (Marketing Optimization Solution)

SAS 行銷最適化解決方案在回答：如何在有限的資源下，透過最適通路，提供最適產品給需要的人，以達成行銷目標，同時又不會造成客戶抱怨(如下圖)。

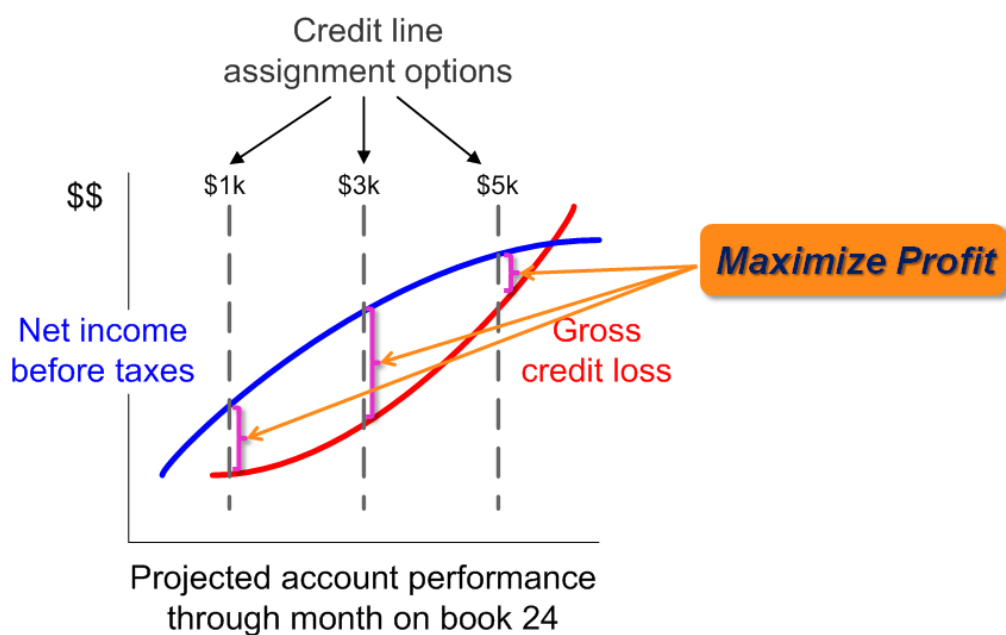


SAS 行銷最適化的進行步驟如下圖所示。首先，設定行銷目標，例如極大化利潤或極小化成本；其次，收集必要的資訊，例如產品的預期回應機率；再經由 SAS 最適化引擎做最適化處理；最後，提供最適化建議方案，包括透過何種通路 (Channel)，提供何種產品 (Next Product Offer)。



當然行銷最適化除了在行銷方面的應用，亦可應用於風險與催收方面。例如在貸款產品的起始額度訂定或是既有客戶的額度調整，或是在催收策略上決定應用何種催收通路與催收客戶順序決定。

## 最適額度調整策略



SAS 行銷最適化解決方案的客戶已超過 30 個，涵蓋的產業包括金融業、通信業、零售業。在實際的案例上其投資報酬率(ROI)超過 400% 以上。

## ■ SAS 行銷最適化解決方案優點

SAS 行銷最適化解決方案與其他最適化工具比較具有以下優點：

- 不是一個黑盒子(Black-Box)，整體流程是透明與可檢視性的
- 超越其它同類型軟體，具備更好的方法論與應用性
- 提供方便使用介面、快速的運算速度與處理複雜問題的能力
- 提供豐富的報表資訊，是決策者重要參考與實施依據
- 是一個經過證明(Proven)的解決方案，具高度的投資效益