



MONSTER CANADA

Monster Canada baut sein Jobportal aus – mit SAS®

Jean-Paul Isson

Director of Business Intelligence, Monster Canada

■ Branche

IT-Dienstleistungen

■ Aufgabe

Schaffung einer einheitlichen Kundensicht zur Optimierung des Dienstleistungsangebots und Stärkung der Marktführerschaft

■ TOP Herausforderung

Zusammenführung der Datenbasis aus 36 Ländern sowie Einbeziehung umfangreicher externer Datenquellen

■ Lösung

SAS Customer Intelligence, SAS® Enterprise Miner™

■ TOP Nutzen

Um 40 % verbesserte Marketing- und Vertriebseffizienz, Steigerung der Kundenzufriedenheit um 15 %.

Der Kunde

Monster Canada (www.monster.ca) ist Kanadas führendes Karriereportal. Das Unternehmen nutzt SAS Customer Intelligence und SAS Analytics, um das Portal weiter auszubauen und Arbeitgebern wie Arbeitssuchenden erstklassigen Service bieten zu können. Das Ergebnis: Zweistellige Steigerungsraten bei Umsatzproduktivität und Vertriebsleistung sowie eine deutlich stärkere Kundenbindung.

Die Aufgabe

Monster Canada hat sich zum Ziel gesetzt, seine vorhandene Datenbasis in fundiertes Wissen über seine Kunden und den Markt zu verwandeln. So ließen sich mit Hilfe von Cross- und Up-Selling sowohl eine höhere Kundenzufriedenheit erreichen als auch Marktanteil und Profitabilität steigern.

Die Lösung

Mit der Customer Intelligence- und Analyse-Lösung von SAS segmentiert Monster Canada seine Kundenbasis und analysiert sowohl Marketingmaßnahmen als auch die Vertriebsleistung.

Der Nutzen

Bereits im ersten Jahr nach der Implementierung von SAS konnte Monster Canada die Kundenzufriedenheit um 15 % steigern – die Effizienz im Marketing sowie die Vertriebsleistung stiegen um jeweils 40 %.

Das Projekt

Monster Canada bietet Unternehmen, die auf der Suche nach neuen Mitarbeitern sind, verschiedene Produkte und Services: vom Zugriff auf die Stellenausschreibungen über eine hoch entwickelte Analyse von Online-Bewerbungen bis hin zum Hosting von Websites für die Karriereplanung. Um optimalen Service bieten zu können, musste Monster Canada mehr Wissen über die eigenen Kunden gewinnen. Darüber hinaus war es nötig, Performance-Dashboards effizient zu verwalten, die Anforderungen von Kunden und Jobsuchenden besser zu analysieren sowie stets die besten Ergebnisse zu liefern.

Die erste Herausforderung bestand darin, Informationen aus dem Data Store, der Daten aus 36 Ländern mit einem Volumen von drei Terabyte umfasst, zu extrahieren. „Das war früher sehr mühsam“, so Jean-Paul Isson, Director of Business Intelligence bei Monster Canada. Allein die Anzahl kanadischer Datensätze lag bei 50 Millionen. Darüber hinaus wollte Isson externe Daten etwa aus Quellen wie Dun & Bradstreet und Statistics Canada integrieren. Vor dem Einsatz der SAS Lösung wurden hierfür ein Extraktions-Tool und Excel-Listen zur Datenverwaltung genutzt. Das war ein äußerst zeitaufwändiges Vorgehen. Zudem ließen sich gewisse Prozesse wie Analysen der Stellenausschreibungen gar nicht durchführen. Darüber hinaus war es beinahe unmöglich, externe Daten zu integrieren. Die Berichte, die das Team erstellte – aus insgesamt über vier Millionen Records –,

nahmen zwei bis drei Tage an Arbeitszeit in Anspruch. Mit SAS dauert dieser Vorgang jetzt nur zwei bis drei Stunden.

Monster Canada kann heute nicht nur seine Basis-Reports einfacher erstellen, sondern auch die Daten auf verschiedenste Weise analysieren, was zuvor – ohne SAS – nicht möglich war. Isson's Team kann die Kunden nach Neuzugängen, Frequenz und Profitabilität einteilen (Recency, Frequency and Monetary – RFM) und so ein besseres Profil seiner Kundenbasis gewinnen und Prognosemodelle erstellen. Basierend auf den Informationen darüber, wie hoch die Wahrscheinlichkeit ist, dass sie weitere Services in Anspruch nehmen, lassen sich auch potentielle neue Kunden ermitteln.

Kunden unterstützen – mit RFM und Web Mining

„Dank der RFM-Segmentierung unserer Kundenbasis verstehen wir jetzt besser, wer unsere Kunden sind, was sie tun, was sie vorhaben und wie wir sie dabei unterstützen können, mit Monster die besten Ergebnisse zu erzielen“, erklärt Isson. Dank dieser Möglichkeiten konnte Monster Canada seine Cross- und Up-Selling-Strategien erweitern und so in nur einem Jahr die Vertriebsleistung um 40 % steigern. „Wir achten darauf, dass alle Aktionen, die unsere Marketing- und Vertriebssteams durchführen, auf korrekten Daten basieren und profitabel sind“, so Isson.

Mit SAS erhält Monster Canada eine konsistente Komplettsicht auf seine Klienten und kann seine profitabelsten Kunden und Produkte schnell und einfach identifizieren. So ist das Unternehmen in der Lage, seine Ressourcen besser auf die Anforderungen der Kunden abzustimmen, proaktiv profita-

blere Kunden zu gewinnen und Produkte mit höheren Margen zu verkaufen.

„Dank des Web Mining können wir unseren Kunden ebenso wie Arbeitssuchenden die besten Services und Angebote unterbreiten“, freut sich Isson. SAS ermöglicht dem Unternehmen ein professionelles Web Mining. Mit speziellen Analysen lässt sich die Resonanz auf die einzelnen eingestellten Stellenangebote feststellen. Unternehmen können so mehr und vor allem qualifizierte Mitarbeiter finden. Ein Beispiel: Isson's Team ist in der Lage, alle Stellenausschreibungen eines Marketinganalytikers in Montreal zu vergleichen und seinem Kunden zu zeigen, wie sein Angebot im Vergleich zu anderen, gleichartigen Angeboten abschneidet. Dabei lassen sich sowohl die Anzahl der Angebotsbesucher als auch die Zahl der eingereichten Bewerbungen vergleichen. Liegt das Angebot des Kunden unter dem Durchschnitt, schlägt Monster Canada Best Practices zur Verbesserung vor. „Das konnten wir früher nicht. Dabei ist es ein sehr wichtiges Feature für unsere Kunden, denn wir unterstützen sie so durchgehend dabei, immer die besten Ergebnisse zu erzielen“, sagt Isson. Mit diesen Funktionen konnte Monster Canada die Kundenzufriedenheit um 15 % steigern und seine Position als Innovationsführer in der Branche stärken.

Steigerung der Vertriebseffizienz

Um die Vertriebseffizienz zu steigern, nutzt das Unternehmen den SAS Enterprise Miner. So hat Isson ein leistungsstarkes Business Intelligence-Tool für die Analyse interner und externer Daten entwickelt. Hiermit lassen sich die 1,4 Millionen kanadischen Unternehmen aus der Dun & Bradstreet Datenbank scannen.

Basierend auf ihrem potenziellen Wert und der Wahrscheinlichkeit, Serviceleistungen in Anspruch zu nehmen, wurden Kunden und mögliche Kunden mit Hilfe des BI-gestützten Scoring-Modells in drei Segmente unterteilt (hoch, mittel, niedrig). Darüber hinaus hat Isson's Team ein professionelles Kalibrierungsmodell entwickelt, mit dem sich die Vertriebsabdeckung von Monster Canada optimieren ließ. Monster Canada konnte so dem Vertrieb zum ersten Mal speziell zusammengestellte Listen potenzieller Neukunden zur Verfügung stellen. Daraufhin wurde eine Gruppe von Vertriebsmitarbeitern eingestellt und jedem der neuen Mitarbeiter eine Liste mit der gleichen Zusammensetzung aus Klienten mit hoher, mittlerer und niedriger Wahrscheinlichkeit gegeben, die er kontaktieren soll. So konnte das Unternehmen schnell herausfinden, welche Mitarbeiter am erfolgreichsten sind, und diesen Mitarbeitern die profitabelsten Klienten übertragen. Daraus ergab sich eine Steigerung der Vertriebseffizienz um 40 %.

„Mit SAS können wir die vier zentralen Punkte für unser Unternehmen besser adressieren“, so Isson. „Wir kennen unsere Kunden jetzt besser und können sie so effizienter beraten – das stärkt die Geschäftsbeziehungen. Die Kunden sind zufrieden, was wiederum die Kundenbindung erhöht. Durch die Segmentierung unserer Klienten können wir in die profitabelsten Nischen verkaufen. Nicht zuletzt unserem BI-System haben wir es zu verdanken, dass Monster Canada in der Recruiting-Branche als Trusted Advisor angesehen wird. Das Ergebnis sind glänzende Umsatzzahlen.“



THE
POWER
TO KNOW.

SAS Institute GmbH, In der Neckarhelle 162, 69118 Heidelberg, Germany

Phone +49 6221 415-123, Fax +49 6221 415-145

www.sas.de

SAS and all other SAS Institute Inc. product or service names are registered trademarks or trademarks of SAS Institute Inc. in the USA and other countries. ® indicates USA registration. Other brand and product names are trademarks of their respective companies. Copyright © 2007, SAS Institute Inc. All rights reserved.