



“Wat imponeerde was de analysekracht, in combinatie met het gegeven dat medewerkers zonder specifieke kennis, rapportages ontwikkelden in dezelfde tijd als onze ervaren data-analisten.”

“MarketResponse helpt het niveau van marktonderzoek omhoog: het verschil tussen kwantitatief en kwalitatief onderzoek vervaagt. SAS heeft dat mogelijk gemaakt.”

“Software van SAS biedt ons diepgaand, analytisch inzicht in bestaande marktonderzoeksgegevens.”

MarketResponse

Leo van Doorn
Directeur

SAS Challenge

MarketResponse kreeg SAS in beeld vanwege de uitgebreide en geïntegreerde rapportage- en analysemogelijkheden die de software biedt. Die maken het mogelijk om de verwerking en rapportage van onderzoeken binnen één platform uit te voeren. MarketResponse ging de ‘SAS Challenge’ aan. SAS-analisten, niet ingewijd in marktonderzoek zoals die van MarketResponse, produceerden met behulp van Business Intelligence Server, en later nog eens met Data Integration Server, binnen tien dagen een aantal aantrekkelijke onderzoeksrapporten. Als bron waren de onderzoeksgegevens van MarketResponse gebruikt. Dit imponeerde, omdat tot dan toe alleen de gespecialiseerde data-analisten van MarketResponse dergelijke rapportages maakten. Bovendien is er naadloze sterke integratie mogelijk met MS Office-pakketten, om informatie en conclusies eenvoudig en overzichtelijk te presenteren in onder andere tabellen en grafieken.

MarketResponse kiest voor een combinatie van SAS Enterprise BI Server, SAS Enterprise Guide, SAS Data Integratie Server en SAS Enterprise Miner. SAS Enterprise BI Server voedt zich met data uit bestaande systemen. Daardoor maken alle medewerkers nu gebruik van dezelfde data. Dit levert één versie van de waarheid op. Heel belangrijk, voor klanten die er hun strategie op baseren.

SAS Enterprise Guide maakt het mogelijk om op een eenvoudige manier data te analyseren en rapporteren. De SAS Data Integratie Server zorgt voor toegang tot data in Oracle, SQL Server en SAP, zonder aparte *access tools*. Toepassing van metadata, maakt controle veel makkelijker en doeltreffender. Met deze oplossing kunnen continue, complexe monitoronderzoeken inzichtelijk en efficiënt opgezet en beheerd worden.

MarketResponse doet nu met SAS Enterprise Miner geavanceerde statistische analyses zelf, terwijl ze die voorheen uitbesteedde: efficiënt en volledig transparant. Enterprise Miner is de kracht achter de samenwerking met Ster, voor het testen van campagnes en het bepalen van de benodigde mediaruimte. Zo worden de gewenste resultaten binnen de doelgroep bereikt. Enterprise Miner is statistisch zeer geavanceerd en biedt onder andere regressie-analyse, chaid (splitsen van groepen op grond van meervoudige variabelen) en neurale netwerktechnieken.

Winst

Sommige klanten van MarketResponse willen rapportages absoluut in SAS-formaat aangeleverd krijgen. Anderen waarderen de integratie met Microsoft-producten. Ieder gewenst formaat is mogelijk. Bijkomend voordeel is dat MarketResponse nu makkelijker medewerkers kan werven: kennis van SAS is veel generieker dan van specialistische deeloplossingen. Het marktonderzoeksbureau is minder afhankelijk van de arbeidsmarkt geworden omdat MarketResponse in een grotere vijver op de arbeidsmarkt kan vissen. “Onze IT-ers waren kritisch, maar zijn nu SAS-ambassadeurs geworden”, zegt Van Doorn.

De klanten van MarketResponse profiteren van de voordelen die het gebruik van SAS door MarketResponse biedt: benutten van bestaande resultaten, snelle, diepgaandere analyses, uitgebreide rapportagemogelijkheden en verminderde afhankelijkheid van specialistische IT-medewerkers. MarketResponse is nu het onderzoeksbureau dat het wil zijn. En ook financieel is de investering heel verantwoord: nu al is de investering via procesverbeteringen terugverdiend.

MarketResponse heeft door diepgaande analyses en sprekende rapportages een aantal belangrijke nieuwe klanten verwelkomd: “Zonder SAS was ons dat niet gelukt.” Leo van Doorn wil SAS nu volledig implementeren en steeds breder toepassen: “Vooral Enterprise Miner biedt toegang tot een schatkamer die we verder willen openen.” Uiteindelijk doel is om met klanten niet meer over tijdslijnen, kosten en vragenlijsten te praten, maar over gezochte uitkomsten en de financiële consequenties daarvan: “MarketResponse verhoogt het niveau van marktonderzoek, er kan meer tijd aan interpretatie, advies en consultancy besteed worden. SAS heeft dat mogelijk gemaakt. Klanten die erin meegaan, besparen geld en bereiken hun doelen beter.”



SAS NEDERLAND POSTBUS 3053 1270 EB HUIZEN WWW.SAS.COM/NL/OVERKLANTEN
TEL: 035 699 6900 FAX: 035 694 1952

Alle namen van producten of diensten van SAS en SAS Institute Inc. zijn wettig gedeponeerde handelsmerken of handelsmerken van SAS Institute Inc. in de VS en andere landen. © duidt op in de VS gedeponeerde handelsmerken. Andermerk- en productnamen zijn wettig gedeponeerde handelsmerken of handelsmerken van hun respectievelijke bedrijven. 0906



MarketResponse

Leo van Doorn
Directeur

MARKETRESPONSE BRENGT MARKTONDERZOEK OP HOGER PLAN

Zakelijke uitdaging

MarketResponse dankt haar sterke marktpositie aan de inhoudelijke meerwaarde die het marktonderzoeksbureau biedt en aan haar klantgerichte aanpak. Het marktonderzoeksbureau wil in alle opzichten door-groeien van kwantiteit naar kwaliteit en advieskracht, want daar ligt de meerwaarde voor haar klanten.

Oplossing

Door de inzet van SAS, genereert MarketResponse veel sneller en eenvoudiger, nauwkeurige onderzoeksresultaten. Dit schept, binnen de begrotingsruimte, mogelijkheden voor verdergaande data-analyse en het leveren van toegevoegde waarde in de vorm van interpretatie, aanbevelingen en consultancy.

Voordelen

Het onderzoeksniveau en het aanbod van MarketResponse groeit. MarketResponse kan dankzij SAS effectiever werken en is slagkrachtiger. Onderzoeksinformatie komt in Officedocumenten beschikbaar en kan zo eenvoudig in presentaties en rapporten worden verwerkt, in tabellen, grafieken, rekenbladen en op internet.

Platform

De SAS-oplossing voor MarketResponse, combineert SAS® Enterprise BI Server, SAS® Enterprise Guide, SAS® Data Integration Server, SAS® Enterprise Miner, en biedt koppelingen naar MS Office.

Datavolume

Het eigen-panelonderzoek van MarketResponse betreft 25.000 huishoudens, met 50.000 leden waarvan 100 identieke kenmerken zijn vastgelegd. Aan selecties uit dit panel worden daarnaast maar liefst 46.000 verschillende vragen gesteld. MarketResponse moet dit enorme en complexe datavolume, afkomstig door de vermenigvuldiging van vragen en antwoorden, verwerken om data in kennis om te zetten. Nog indrukwekkender is het grote aantal variabelen waar de oplossing moeiteloos mee werkt.

MARKETRESPONSE GENEREERT NIEUWE INTELLIGENTIE UIT BESTAANDE ONDERZOEKSgegevens

Het Nederlandse marktonderzoeksbureau MarketResponse heeft een knappe positie verworven tussen grote internationale namen in een lastige markt. Klanten van het bureau eisen meetbare resultaten, verwachten scherpe prijzen en hanteren krappe planningen. MarketResponse wil koploper in de branche blijven door het dienstenaanbod verder te verbeteren en uit te breiden. De directie ziet kansen op IT-gebied en slaat zo twee vliegen in één klap: door te investeren in een SAS-oplossing kan MarketResponse haar aanbod versterken én minder afhankelijk worden van IT-deskundigen.

MarketResponse doet kwalitatief en kwantitatief onderzoek en is een van de grotere marktonderzoeksbureaus in Nederland. Klanten zijn onder meer Airmiles, Albert Heijn, Delta Lloyd, Fortis, Friesland Dairy Foods, Ministerie van Onderwijs, Philips, Laurus, Sanoma, Sara Lee en Ster.

Een vast onderzoekspanel van het bureau dat bestaat uit 25.000 huishoudens en 50.000 leden, vormt een representatieve afspiegeling van de Nederlandse samenleving. MarketResponse is in 1985 opgericht, en heeft honderd werknemers, waaronder veertig marktonderzoekers en vijfentwintig data-analisten.

Analyse en rapportage

MarketResponse laat klanten profiteren van de schat aan informatie in de bestaande onderzoeksgegevens van het

marktonderzoeksbureau. Dat vraagt om IT-investeringen. MarketResponse kiest voor SAS. Het blijkt een keuze die uitkomst biedt op alle fronten.

Leo van Doorn, Directeur MarketResponse: "Wij willen nieuwe intelligentie genereren uit bestaande gegevens. Op die manier kunnen we bestaande informatie nuttig maken voor onze huidige klantenkring. Software van SAS biedt ons diepgaand, analytisch inzicht in bestaande marktonderzoekgegevens. Zo creëren we meerwaarde voor onze klanten en helpt SAS onze advieskracht richting klanten te vergroten. De rapportagemogelijkheden van SAS zijn uniek in de Nederlandse markt en leveren ons nieuwe klanten op."

MarketResponse geeft met SAS haar klanten meer mogelijkheden dan de concurrentie. In samenwerking met Ster bijvoorbeeld, zet MarketResponse de reclamewereld op zijn kop door de inhoud van reclameboodschappen te optimaliseren voor de benodigde mediaruimte. Dat bespaart geld, en het onderzoeksniveau gaat omhoog. Van Doorn: "In samenwerking met Ster hebben we 80 verschillende campagnes elk 12 weken lang gevolgd. We hebben meer dan 75.000 respondenten ondervraagd, in totaal ruim 10.000 uur onderzoekstijd. Nu kunnen we van een nieuwe campagne eenvoudig bepalen welke media-inkoop deze campagne nodig heeft om het gewenste bereik te behalen, of om het creatieve werk eventueel over te laten doen door het reclamebureau."