



## SAS® Customer Intelligence

Rozwiązanie SAS® Customer Intelligence umożliwia adresowanie wielu bieżących zagadnień i problemów obecnych w nowoczesnym Banku, którego działalność operacyjna związana jest z utrzymywaniem relacji z klientem. Niezależnie od skali Banku oraz rodzaju oferowanych produktów czy usług, pozwala na precyzyjne konstruowanie budżetów marketingu i sprzedaży, planowanie kampanii, a także optymalizację akcji marketingowych, zarówno ze względu na oczekiwane przychody, jak i koszty.

Zaawansowana analityka (Customer Analytics), stanowiąca komponent rozwiązania, umożliwia dokładne poznanie charakterystyki klientów Banku, identyfikację ich profili, opis segmentów, predykcję przyszłych zachowań związanych z potencjałem zakupu produktów i usług, jak również analizę przyczyn zanikania lub zamknięcia relacji klienta z firmą.

Rozwiązanie SAS® Customer Intelligence to nie tylko system informatyczny, ale również ogromna wiedza i doświadczenie zgromadzone jako „know-how” w obszarze analitycznego wsparcia zarządzania relacjami z klientem. Wbudowana w rozwiązanie analityczna baza wiedzy stanowi gotowe do wykorzystania kompendium obejmujące doświadczenie wielu projektów realizowanych w sektorze bankowym w Polsce i na świecie. Komponenty wiedzy umożliwiają szybkie i skuteczne adresowanie najróżniejszych zagadnień biznesowych, poczynając od profilowania i segmentacji, poprzez modelowanie sprzedaży krzyżowej oraz dosprzedaży, przeciwdziałanie odejściom klientów, a na modelowaniu aktywacji i akwizycji kończąc. Istotny jest fakt, że wiedza zawarta w rozwiązaniu ma odzwierciedlenie w konkretnych, predefiniowanych modelach danych, modelach analitycznych oraz raportach i analizach przygotowanych dla konkretnego sektora branżowego.

Jednocześnie, dzięki nowoczesnej technologii zarządzania metadanymi, użytkownicy biznesowi rozwiązania mają (w ramach posiadanych uprawnień) pełną swobodę dostępu do danych, bez konieczności angażowania dedykowanych zasobów IT.

### Potencjalni adresaci rozwiązania

Adresatami rozwiązania SAS® Customer Intelligence są w pierwszej kolejności departamenty marketingu i sprzedaży. Nie mniej jednak informację oraz wiedzę zawartą w rozwiązaniu mogą konsumować także inne jednostki organizacyjne biorące pośredni udział w procesach obsługi klienta. Rozwiązanie umożliwia realizację następujących przykładowych ról użytkowników:

- Dyrektor Marketingu, Dyrektor Sprzedaży (Dystrybucji), Regionalny Dyrektor Sprzedaży – dostęp do kluczowych wskaźników i raportów mierzących wydajność i postęp procesów realizacji strategii firmy w zakresie wyniku finansowego, stabilności portfela klientów, dynamiki sprzedaży, efektywności programów marketingowych etc. zarówno w odniesieniu do całej firmy jak i poszczególnych jej szczebli w hierarchii organizacyjnej.
- Menadżer Produktu – dostęp do raportów i analiz umożliwiających konstrukcję oferty, zarządzanie cyklem życia produktu, uruchamianie nowych produktów i usług, monitorowanie efektywności procesów sprzedaży.



**THE  
POWER  
TO KNOW®**

- Koordynator Kampanii – możliwość planowania, konstruowania i egzekucji kampanii marketingowych, nadzór nad realizacją poszczególnych etapów kampanii (od jej przygotowania do zakończenia), rozwiązywanie konfliktów kampanii, optymalizacja akcji marketingowych etc.
- Analityk Biznesowy – możliwość tworzenia oraz dystrybucji raportów i analiz ad-hoc w oparciu o biznesową reprezentację danych, bez konieczności interakcji z departamentami IT.
- Analityk Data Mining – możliwość budowania modeli analitycznych w oparciu o kompendium wiedzy zawartej w rozwiązaniu, jak również przy wykorzystaniu nowoczesnego i zaawansowanego środowiska projektowania modeli.
- Administrator IT – monitorowanie procesów integracji danych, zasilania baz wiedzy oraz czyszczenia i deduplikacji danych.

---

#### Wybrani klienci w zakresie Customer Intelligence i Customer Analytics w sektorze bankowym:

---

- |  |   |
|--|---|
| • ING Bank Śląski (Customer Intelligence)    | • Scotiabank (Kanada),  |
| • Bank Pekao SA (Customer Analytics)         | • RBC Investments (Kanada),                                       |
| • Toyota Bank Polska (Customer Analytics)    | • BMO Bank of Montreal (Kanada),                                  |
| • Bank Millennium (Customer Analytics)       | • BB&T (USA),   |
| • Kredyt Bank (Customer Analytics)           | • Vachovia (USA),   |
| • ING Direct (Australia),                    | • SunTrust Banks (USA),   |
| • Banco Santander (Hiszpania),               | • CAPITAL Card Services (USA),                                    |
| • Morgan Stanley (USA),                      | • Dreyfus (USA),  |
| • Millennium BCP (Portugalia),               | • Banco Mercantil (Brazylia),                                     |
| • US Bank (USA),                             | • Westpac (Australia),  |
| • Royal Bank of Scotland (Wielka Brytania),  | • Sofinco (Francja),  |
| • Credit Suisse (Szwajcaria),                | • Bank Hapoalim (Izrael),   |
| • Barclays France (Francja),                 | • DBS (Singapur),   |
| • Citibank Singapore (Singapur),             | • Dah Sing Bank (Chiny-Hongkong),                                 |
| • Standard Chartered Bank (Wielka Brytania), | • Centurion Bank of Punjab (Indie),                               |
| • First National Bank (RPA),                 | • Zopa (Wielka Brytania - pionier w dziedzinie "social lending"). |



**SAS Institute Polska**  
 ul. Gdańska 27/31  
 01-633 Warszawa  
 tel. +48 22 560 46 00 do 02  
 fax. +48 22 560 46 04

[www.sas.com/poland](http://www.sas.com/poland)