



SAS® Marketing Optimization

Оптимизация маркетинговых кампаний
для повышения отклика и увеличения прибыли

Каковы основные задачи SAS Marketing Optimization?

Максимизировать экономическую отдачу от выполнения маркетинговых кампаний, оптимизируя последовательность выполнения задач и расставляя приоритеты с учетом доступных каналов и ресурсов, бюджетных ограничений и вероятности отклика клиентов.

Важность использования SAS Marketing Optimization?

SAS Marketing Optimization способствует повышению окупаемости маркетинговых вложений, адресуя наиболее подходящие предложения по наиболее оптимальным каналам отдельным клиентам. Решение также позволяет отследить влияние ограничений, таких как бюджет и пропускная способность каналов.

Для кого предназначено решение SAS Marketing Optimization?

Для менеджеров по маркетингу, бизнес-аналитиков, руководителей бизнес-подразделений отвечающих за работу с клиентами и специалистов-статистиков, ответственных за обеспечение максимального экономического результата от проведения прямых маркетинговых кампаний или за разработку и внедрение стратегий и политик контактов с клиентами.



THE
POWER
TO KNOW®

Пробиться через маркетинговый шум и донести свою информацию до готового откликнуться потребителя – непростая задача для любой компании. В наши дни любая коммерческая организация – даже добившаяся успеха – функционирует в условиях все большего прессинга, стремясь достичь большего, исходя из ограниченных возможностей.

Прогностическое моделирование помогло повысить эффективность маркетинга, но само по себе оно не позволяет решить проблемы многочисленных ограничений, с которыми участникам рынка приходится сталкиваться при выполнении различных маркетинговых задач. К таким ограничениям можно отнести пропускную способность каналов, установленные для клиентов параметры продуктов (лимиты, ставки, тарифы), границы бюджета и политики контактов с клиентами. Участники рынка также сталкиваются с трудностями при прогнозировании прибыльности кампаний и предупреждении возникновения ситуаций конфликта предложений.

Чтобы справиться с этими непростыми проблемами и направить потребителям именно те предложения, которые помогут увеличить общую доходность (уровень отклика, уровень активов или рисков или другой показатель), участникам рынка необходимо прибегнуть к услугам математической дисциплины, известной как условная оптимизация.

SAS Marketing Optimization представляет собой простое в использовании решение, включающее технологии условной оптимизации. Используя имеющуюся информацию о предпочтениях, склонностях и прибыльности клиентов, а также данные по себестоимости предложений, SAS Marketing Optimization предоставляет среду для расчета вероятных изменений этих критически важных факторов. Кроме того, вы получаете представление об экономическом эффекте, связанном с бизнес-ограничениями.

Приобретаемые выгоды

- **Существенное повышение отдачи при проведении кампаний.** Система SAS Marketing Optimization прогнозирует ожидаемую отдачу от каждого клиента по отдельным предложениям. Затем эта информация анализируется в контексте бизнес-ограничений, таких как пропускная способность каналов и доступный бюджет, с целью выбора оптимальной комбинации предложений и каналов для отдельных клиентов.
- **Более эффективное использование маркетингового бюджета.** Благодаря совершенству заложенных алгоритмов условной оптимизации маркетологи могут быть уверены, что в рамках данных требований планирование кампаний будет оптимальным.
- **Повышение эффективности каналов.** У многих коммерческих организаций объем планируемых коммуникаций превышает возможности каналов для их выполнения. Решение SAS помогает повысить эффективность использования каналов взаимодействия с клиентами, предлагая фактологический подход для фильтрации предложений, которые не вносят вклад в повышение общей прибыльности. Механизм оптимизации SAS также подскажет вам наилучший способ использования каналов с учетом других ограничений.
- **Оценка экономического эффекта от проведения кампаний.** Благодаря доступному интерфейсу, SAS Marketing Optimization позволяет пользователям самостоятельно устанавливать ограничения и критерии оптимизации. Это дает возможность детально анализировать и сравнивать между собой альтернативные сценарии для наиболее точной оценки экономической отдачи от планируемых кампаний.
- **Исключение несогласованных и конфликтующих коммуникаций.** SAS Marketing Optimization может одновременно работать с несколькими кампаниями, таким образом, руководители отделов маркетинга могут распланировать деятельность так, что ценные клиенты получают наиболее оптимальный набор предложений.

О продукте

Приложение SAS Marketing Optimization предназначено для повышения экономической отдачи от проведения прямых, направленных на потребителя маркетинговых кампаний благодаря применению процессов математической оптимизации. Оно может использоваться либо самостоятельно, либо как дополнение к системам SAS Marketing Automation или SAS Enterprise Miner™, которые предоставляют средства управления проведением кампаний и сбора данных, помогающие маркетологам получить максимальный эффект от применения SAS Marketing Optimization. Интуитивно понятный интерфейс решения упрощает внедрение и использование.

Точная постановка задач оптимизации

Пользователи могут определять стандартные ограничения, основанные на размере бюджета, пропускной способности канала, размере рыночной ниши, минимальной ставке доходности и контактных политиках в отношении отдельных клиентов. Пользователи также имеют возможность настраивать собственные ограничения, такие как минимальный коэффициент рентабельности или минимальный порог прибыли. Специалисты

Constraint Type	Constraint Name	Operator	Constraint Limit	Constraint Value	Opportunity Cost
BUDGET	Deposit	≤	100,000	99,983.25	1.57
BUDGET	Mortgage Budget	≤	110,000	3,701.25	0
CELLSIZE	Mortgage - Cell Size	≤	15,000	15,000	42.06
CELLSIZE	Visa Card - Cell Size	≤	1,000	76,740	0
CELLSIZE	Deposit Acquisitions -Cell Size	≤	1,000	5,340	0
CHANNEL	Call Center (B) - Capacity	≤	4,000	0	0

Данный анализ по совокупности ограничений демонстрирует список всех определенных бизнес-ограничений. Анализ показывает заданный уровень ресурса для каждого из ограничений и количество этого ресурса, выделенного в соответствии с оптимизированным сценарием. Связывающие ограничения выделены красным цветом и имеют отличное от нуля значение альтернативных издержек.

подразделений маркетинга могут также ставить тактические финансовые задачи, например: расходовать как минимум 150000\$ на предложения, адресованные слабо охваченным потребителям в северо-восточном регионе. Применяя SAS, пользователи сначала определяют «задачу бизнес-оптимизации», ориентированную на определенные параметры, такие как максимизация прибыли, доходов или показателя отклика, либо минимизация

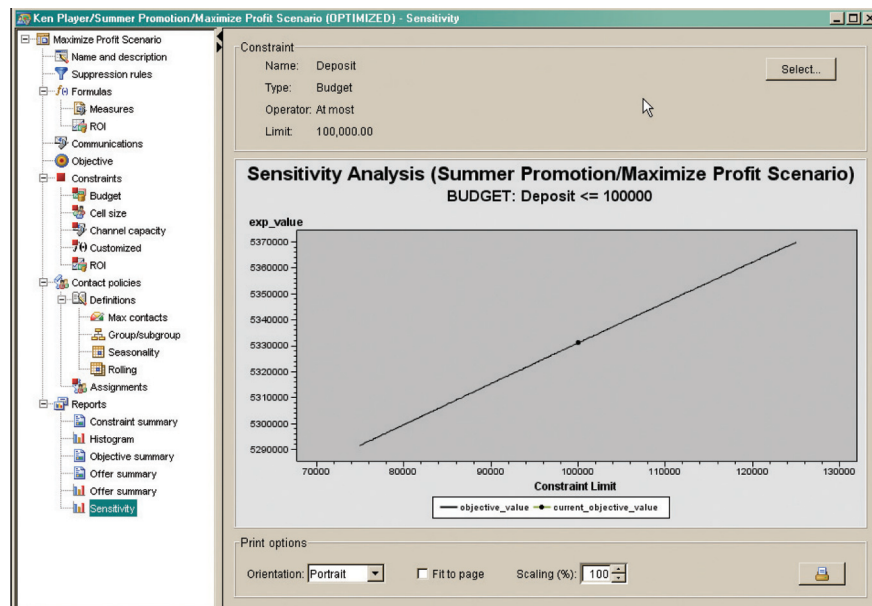
суммарных маркетинговых расходов. Затем с помощью ограничений описываются бизнес-лимиты, в рамках которых необходимо оптимизировать кампании. Маркетолог может, к примеру, установить верхнюю планку для общего бюджета, либо же указать, что совокупный риск портфелей не должен превышать определенный порог.

Интуитивно понятный интерфейс

Возможности интерфейса включают как защиту от некорректных действий, так и развитую систему интерактивной справки. Все сценарии, ограничения, отчеты и аналитические процедуры настраиваются непосредственно из интерфейса пользователя. Кроме того, при необходимости многие ограничения могут быть определены в пакетном режиме через специальный интерфейс.

Анализ сценариев

В пределах одного проекта оптимизации маркетологи могут задавать альтернативные сценарии. Каждый сценарий может отличаться различным набором ограничений, маркетинговых затрат, экономических целей и политик контактов с клиентами. После определения ограничений, пользователи могут анализировать результаты, выпускать необходимые



Кривая отклика, демонстрирующая зависимость прибыли от изменения ценности ограниченного ресурса .

отчеты, чтобы решить, какой из сценариев даст наилучший результат.

Ключевые выгоды

SAS Marketing Optimization включает в себя средства создания отчетов и визуальный интерфейс пользователя, обеспечивающие различные варианты представления проектов оптимизации. Сводные отчеты и графики по предложениям отображают совокупность предложений и ожидаемую прибыль. Отчеты по совокупности ограничений отображают фактическое использование ресурсов по оптимизированным сценариям, а также альтернативные издержки по ограничениям — добавочную прибыль на дополнительную единицу данного ресурса. SAS Marketing Optimization также может строить кривые отклика, демонстрирующие зависимость целевого параметра оптимизации (например, прибыли) от значений различного рода ограничений.

Гарантированные технологии соблюдения политик контактов

Пользователи могут задавать максимальное число предложений, адресуемых каждому клиенту в рамках всей серии оптимизируемых кампаний. Кроме того, могут быть включены пределы по длительности промежутка между кампаниями, по каналам или конкретным продуктам, предлагаемым каждому клиенту.

Ключевые возможности

Постановка задачи оптимизации

- Оптимизация может проводиться по широкому ряду экономических параметров, что позволяет максимизировать или минимизировать практически любой вычисляемый показатель. Примерами могут служить максимизация прибыли, минимизация маркетинговых затрат, максимизация дохода или остатка бюджета.
- Установка ограничений, основанных на:
 - общем бюджете, или бюджете какой-либо отдельной кампании или совокупности кампаний;
 - доступности коммуникационных каналов, пропускной способности контакт-центров, возможностях прямой почтовой рассылки, электронной почты или других определяемых пользователем каналов;
 - на клиентских показателях, таких как оценка кредитоспособности.
- Задание максимального или минимального размера сегмента клиентов, охватываемых кампанией по продвижению какого-либо предложения или комплекта предложений.
- Установка условий на любые вычисляемые показатели, рассчитанные с детализацией до конкретного клиента. Например, «общая прибыль больше или равная \$25млн.» или «средний скоринговый бал в портфеле больше или равен 680».
- Интеграция средств предварительного контроля приемлемости предложения, прибыли/расходов на клиента, безусловных ограничений (географических, отношения клиентов и т.д.).
- Оптимизация предложений на уровне индивидуальных показателей отношений с клиентом.

Пользовательский интерфейс

- Простой в использовании Java-интерфейс с удобными возможностями навигации при выполнении операции оптимизации.
- Функции безопасности, поддерживающие многопользовательский доступ и требующие регистрации в системе.
- Интерактивная справочная система.
- Одновременное выполнение нескольких сценариев оптимизации.
- Возможность скрывать/отображать расширенные функции в соответствии с потребностями различных пользователей для упрощения работы с большими проектами.

Анализ сценариев

- Возможность создания, копирования, переименования или сравнения сценариев. Сценарии различаются в зависимости от ограничений и параметров оптимизации, политики контактов и финансово-экономических показателей предложения. Для каждого сценария создается полный набор отчетов.
- Импорт результатов оптимизации, полученных в другой системе оптимизации маркетинговых кампаний, и сопоставление их с результатами SAS Marketing Optimization.
- Передача результатов решения задачи оптимизации в маркетинговое подразделение, ответственное за проведение кампании за счет тесной интеграции с SAS Marketing Automation.

Политика контактов с клиентами

- Возможность устанавливать максимальное число предложений для каждого клиента в пределах горизонта планирования. Количество предложений может быть фиксированным или определяться по каждому клиенту индивидуально.
- Возможность устанавливать максимальное число предложений за какой-либо скользящий период времени (неделю, месяц, квартал и т.д.).
- Возможность устанавливать максимальное число предложений, относящихся к определенной группе или подгруппе предложений (например, делать максимум два перекрестных предложения по электронной почте, максимум одно льготное предложение каждого бренда). Группы и подгруппы предложений можно определять во вводных данных проекта. Они могут содержать информацию о каналах, периодах предложений, продуктах и каналах, производителе продукта и типе предложения

Технические требования

Сервер

Операционные системы

- AIX
- HP-UX IPF
- Linux (Intel)
- Solaris
- Win32 and Win64

Минимальная частота процессора

- 2.0 ГГц

Минимальный объем оперативной памяти

- 1 ГБ RAM

Свободное пространство на жестком диске

Как минимум в пять раз больше размера файла входных данных. Как правило, 20 или более гигабайт достаточно для поддержки от трех до пяти миллионов клиентов и от 30 до 40 кампаний.

Необходимое ПО

SAS Marketing Optimization поставляется в комплекте со всем необходимым серверным программным обеспечением. Приложения SAS Information Delivery Portal и SAS Web Report Studio (являющиеся компонентами решения SAS Marketing Optimization) требуют установки сервера Java-приложений.

Дополнительное ПО

SAS Marketing Optimization позволяет использовать внешние прогностические модели отклика клиентов, модели экономической оценки прибыльности клиентов и маркетинговых расходов. Следующие продукты SAS поддерживают указанные возможности:

Ключевые возможности (продолжение)

Средства отчетности и графического представления результатов оптимизации

- Сводные отчеты по предложениям и графики, отображающие общие расходы, общий доход (или реальную стоимость реализованных продуктов), количество предложений и реальную стоимость каждого предложения, канала, кампании, группы или подгруппы предложений.
- Графики реальной стоимости, приходящейся на предложение, продукт, канал, период времени, кампанию, группу или подгруппу предложений.
- Гистограммы реальной стоимости, приходящейся на предложение, продукт, канал, период времени, кампанию, группу или подгруппу предложений.
- Визуальное представление анализа чувствительности по всем ограничениям. Возможности совместной работы позволяют пользователям публиковать или отправлять по электронной почте отчеты по конкурирующим сценариям перед началом выполнения кампании.
- OLAP-кубы – кубы генерируются автоматически на основе входных данных и результатов выполнения сценариев. Это позволяет проводить более детальный анализ результатов в различных разрезах до начала выполнения кампаний.
- Расширенные отчеты, в которых сравнение проводится не только по различным параметрам одного сценария, но и между сценариями. Это позволяет получить представление о том, какому влиянию подвержены различные вычисляемые параметры и критические показатели.

SAS Enterprise Miner, SAS/QC® и SAS Activity-Based Management. SAS Marketing Automation обеспечивает разработку, планирование и выполнение кампаний, в т.ч. с SAS Marketing Optimization и другими продуктами SAS Customer Intelligence реализует замкнутый цикл управления маркетинговыми коммуникациями.

Сервер

Для работы клиентов требуется установка Java Runtime Environment (JRE v1.4.2 или выше). Для интеграции с пакетом Microsoft Office (для построения и анализа отчетности) требуется Microsoft Office 2000 или более поздняя версия.

Московское представительство SAS Institute GmbH:

109004 г. Москва, ул. Станиславского, дом 21, строение 1, • Тел: +7 495 937 4151 • Факс: +7 495 937 4155 • www.sas.com/russia

Представительство «САС ИНСТИТЮТ ЧР, С.П.О.» Украина,

01601, Київ, вул. Шовковична 42-44 • Тел: +38 (044) 459 0355 • Факс: +38 (044) 490 1200

SAS Institute Inc. Мирровая штаб-квартира

SAS Campus Drive, Cary, NC 27513 USA. • Tel: +1 919 677 8000 • Fax: +1 919 677 4444 • <http://www.sas.com>

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 © 2006, SAS Institute Inc. All rights reserved.



THE
POWER
TO KNOW.