



**Московское
представительство**
109240, Москва,
Николаямская ул., 13
Тел.: +7 095 937 4151
Факс: +7 095 937 4155
<http://www.sas.com/russia>

**SAS Institute
Европейская штаб квартира**
Neuenheimer Landstr. 28-30
P.O. Box 10 53 40
D-69043 Heidelberg, Germany
Тел.: +49 6221 4160
Факс: +49 6221 474850

**SAS Institute Inc.
Мировая штаб-квартира**
SAS Campus Drive,
Cary, NC 27513 USA
Тел.: +1 919 677 8000
Факс: +1 919 677 4444
<http://www.sas.com>



Решение SAS® Customer Relationship Management

*Интеллектуальные средства построения
наиболее прибыльных отношений с клиентами*



The Power to Know™



Интеллектуальный анализ поведения клиентов - залог их прибыльности

Вы знаете, кто ваши самые лучшие клиенты?

Что вы можете предпринять, чтобы удержать их?

Как привлечь таких же выгодных клиентов?

Как сделать всех ваших клиентов такими же прибыльными?

Подобные вопросы выходят на первый план в условиях растущих требований по наращиванию оборота компаний в жестких бюджетных рамках. Если бы простой сбор информации о клиентах мог дать ответы на эти вопросы, то все проблемы были бы решены. Однако, компании просто тонут в море информации, генерируемой оперативными CRM-приложениями, изначально спроектированными для простой регистрации данных систем поддержки продаж, центров обработки запросов и Web-сайтов.

Дело в том, что горы разрозненной информации о клиентах сами по себе не имеют никакой ценности - они могут лишь служить хорошей базой для интеллектуального анализа поведения клиентов. С помощью такого анализа стратегические бизнес-решения могут основываться на глубоком понимании взаимоотношений с клиентами - поче-

му они остаются или уходят, что влияет на их прибыльность. Без такого понимания перспективы достижения запланированных цифр оборота становятся все более иллюзорными. Решения SAS по управлению взаимоотношениями с клиентами предоставляют вам те самые знания, которые необходимы для построения гибкой стратегии работы с клиентами и увеличения их прибыльности. Передовые аналитические технологии SAS, базирующиеся на принципах интеллектуального подхода, позволяют не только получить полное представление о клиенте и его проблемах из всех каналов информации, не только реагировать на уже возникшие проблемы, но и активно искать и находить неочевидные решения тех сложных проблем, которые встанут перед заказчиками в ближайшее время.

Высокая экономическая эффективность глубокого знания клиентов

Компания SAS, как признанный мировой лидер последних 25 лет в области аналитики, руководствуется тем философским принципом, что качество бизнес-информации у лиц, принимающих решения, определяет экономическую ценность этих решений. Решения SAS CRM позволяют организациям получить быстрые и измеримые результаты, предоставляя следующие возможности:

- **Интеллектуальный анализ поведения клиентов**

Анализ данных о клиентах, поступающих из любых источников - как онлайн-новых, так и обычных - для формирования глубокого понимания их поведения, прибыльности и возможных рисков. Выявление лучших клиентов, разработка и оценка стратегии их удержания, развитие перекрестных продаж и наиболее эффективное использование всех маркетинговых каналов.

- **Получение полного представления о клиентах**

Интеграция и анализ данных о клиентах, получаемых из всех источников контактов с ними - центров обработки вызовов, почтовых рассылок, личного общения, посещений Web-сайтов и др. - для составления целостного и точного представления о ваших клиентах.

- **Максимальная эффективность маркетинговых кампаний**

Сочетание передовых аналитических средств и современных технологий управления кампаниями для проведения комплексных многоканальных кампаний, повышения отклика клиентов, и последовательного наращивания успеха проводимых кампаний на основе накопленного опыта.

- **Повышение темпов приобретения и сохранения клиентов**

Построение точных моделей поведения клиентов, позволяющих с достаточной вероятностью выявить клиентов, склонных к совершению определенных покупок, а также тех, у которых велик риск ухода к вашим конкурентам. Повышение шансов на приобретение и сохранение прибыльных клиентов при избежании лишних затрат на работу с неперспективными людьми.

- **Обеспечение значительного возврата инвестиций**

Существенное повышение доходности клиентов путем концентрации ресурсов компании на предоставлении "правильного" набора продуктов и услуг через "правильные" каналы нужным клиентам в нужное время. Ранжирование клиентов на основе их суммарной значимости для вашего бизнеса (life time value). Реализация

возможностей перекрестных и дополнительных продаж (cross-selling и up-selling).

- **Эффективное использование технологических инвестиций**

Использование открытой и масштабируемой архитектуры программных средств SAS для организации доступа к данным о клиентах из всех возможных систем, как внешних, так и внутренних. Повышение ценности этих данных, лежащих мертвым грузом в ERP-системах, системах автоматизации продаж и оперативных системах взаимодействия с клиентами, применяя к ним богатые возможности интеллектуального анализа.

- **Использование глобальных партнерских связей SAS**

Использование партнерских связей SAS с мировыми лидерами в различных отраслях бизнеса и технологий для разработки настраиваемых решений, интеграции фронт и бэк-офисных операций и оптимизации деятельности системы в целом.

- **Создание прочного конкурентного преимущества**

Применение точных прогнозов поведения клиентов и глубокого понимания клиентских предпочтений для реализации инновационных стратегий повышения прибыльности, недоступных вашим конкурентам.

Customer Intelligence



CRM решение SAS - программное обеспечение и услуги для успеха Вашего бизнеса

Решения компании SAS для обеспечения полного цикла эффективного управления взаимоотношениями с клиентами соединяют в себе ее всемирно признанные передовые технологии. Решения охватывают все процессы - от формирования сфокусированной стратегии взаимодействия с клиентами до определения наиболее выгодных целевых групп, эффективных взаимоотношений с ними и получения полезных знаний от каждого такого взаимодействия.

Настраиваемые аналитические CRM решения

Настраиваемые решения SAS, опирающиеся на признанные во всем мире технологии хранилищ данных, обеспечения качества данных и передовой аналитики, предлагают средства решения самых сложных бизнес проблем, а именно:

- Передовые технологии хранилищ данных позволяют интегрировать информацию из множества источников, обеспечивать безошибочность и отсутствие избыточности данных, настройку эффективного доступа к данным для их анализа, упрощают управление данными.
- Динамически интегрируемые аналитические модели позволяют предвидеть ожидания клиентов и прогнозировать их поведение, например, склонность к совершению конкретных покупок, прибыльность на протяжении жизненного цикла, риск кредитоспособности и др.
- Модели предложения перекрестных и дополнительных продаж позволяют определить наилучших кандидатов на приобретение тех или иных комбинаций продуктов и услуг, и, таким образом, сосредоточить маркетинговые усилия на наиболее восприимчивой аудитории.

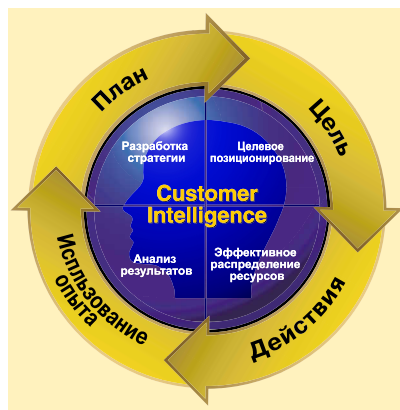
- Сегментация и профилирование - возможность объединять бизнес правила и аналитические модели для выполнения точного сегментирования и профилирования клиентов и выработки индивидуальной стратегии для каждой группы.
- Анализ и составление отчетности по данным посещений Web сайтов (click stream) - выполняет оценку основных показателей Web трафика для достижения лучшего понимания факторов, определяющих успех вашего электронного бизнеса, а именно, дизайн Web сайта, эффективность рекламы, соотношение количества посещений и покупок.
- Управление развертыванием приложений - привнесение возможностей интеллектуального анализа взаимоотношений с клиентами в работу фронт-офисных систем для обеспечения более тонких взаимоотношений с клиентами по всем каналам.
- Интеграция аналитических функций и маркетинговых исследова-

ний - объединение поведенческих моделей, выявленных с помощью передовых аналитических методов, с реальными данными, полученными из различных видов исследований клиентской аудитории.

Решение SAS® Marketing Automation

Решение SAS для автоматизации маркетинговой деятельности позволяет организациям разрабатывать более продуманные и - как следствие - более прибыльные маркетинговые кампании. В этом решении объединены современные функции моделирования и средства поддержки комплексных стратегий взаимодействия с клиентами, таких как многоэтапные событийные кампании и массовые персонализированные почтовые рассылки. Данное решение позволяет строить прогнозные модели, проецировать их на специфические группы клиентов, определять клиентов, которые с наибольшей вероятностью откликнутся на те или иные целевые кампании, реализовывать кампании и анализировать их результаты - и осуществлять все это в единой среде и в реальном времени.

Решения SAS® CRM, основанные на интеллектуальных подходах, поддерживают полный цикл реализации маркетингового процесса



План: Разработка стратегии согласования инвестиций и ресурсов с рыночной ситуацией.

Цель: Определение нужного круга клиентов, правильных каналов взаимодействия с ними и нужного набора предлагаемых товаров для достижения максимальной прибыльности.

Действия: Эффективное распределение ресурсов для достижения поставленных целей.

Использование опыта: Анализ успехов и использование результатов в последующем планировании, создавая тем самым живую и постоянно обучающуюся структуру.





Profitability

Решения CRM для отдельных отраслей

- *Сохранение клиентов в телекоммуникационной отрасли (Customer Retention for Telecommunications)*

Данное решение предлагает специализированные функции для составления полного представления о клиенте, аналитические модели для получения интеллектуальной информации в разрезе специфики телекоммуникационной отрасли, позволяющей повысить эффективность взаимодействия с клиентами, а также специальные шаблоны для планирования телекоммуникационных маркетинговых кампаний и составления отчетов.

- *Определение кредитоспособности заемщиков в сфере финансовых услуг (Credit Scoring for Financial Services)*

Данное решение позволяет финансовым организациям более точно разрабатывать и отслеживать рейтинговые систе-

мы определения кредитоспособности заемщиков. В результате организация получает оптимальную стратегию оценки рисков при кредитовании, снижение бизнес-рисков и лучше обслуживает клиентов.

ASP услуги

SAS IntelliVisor - это специальное приложение, предлагаемое через провайдеров службы приложений (ASP - Application service provider). Оно разработано для тех организаций, которые стремятся быстро воспользоваться плодами интеллектуального подхода к управлению взаимоотношениями с клиентами без ощутимых затрат на квалифицированных сотрудников и ИТ-инфраструктуру. Ежедневно предоставляя пользователям большое разнообразие специально настроенных отчетов, IntelliVisor позволяет отслеживать основные показатели, быстро реагировать на изменение поведения клиентов и достигать своих стратегических целей.

- *IntelliVisor для розничной торговли (IntelliVisor for Retail)*

Это решение для сетей розничной торговли предоставляет знания, необходимые для быстрого повышения эффективности Интернет-каналов путем применения интеллектуальных стратегий работы с клиентами, выбора продуктов, разработки маркетинговых мероприятий, максимизирующих прибыльность каналов.

- *IntelliVisor для фармацевтики (IntelliVisor for Pharma)*

Данное решение помогает в построении и сохранении четкого восприятия бренда в отдельных сегментах клиентов и у клиентуры в целом. Специально разработанная для фармацевтической отрасли служба приложений позволяет получать детальные знания о клиентах по всем маркетинговым каналам и совершенствовать стратегию работы в онлайн-режиме.

Sprint — Компания Sprint, один из мировых лидеров телекоммуникационной отрасли, предоставляет услуги локальной, междугородней, международной связи, решения по передаче данных и выходу в Internet, услуги мобильной связи и другие дополнительные сервисы - то есть предлагает своим клиентам полный спектр телекоммуникационных продуктов и услуг. Доходы компании за 2000 год превысили 24 миллиарда долларов, а количество клиентов перевалили за 23 миллиона. Однако конкуренция на рынке телекоммуникаций настолько остра, что даже для столь большой компании важнейшей задачей стало определение реальной значимости каждого конкретного заказчика и предлагаемых компанией решений. Для решения этой задачи и было использовано SAS Customer

Relationship Management Solution. "Понимание текущих и будущих потребностей наших клиентов позволяет нам более точно принимать стратегические и оперативные решения, а это именно та цель которую мы изначально поставили. И успешно решили с помощью SAS" - говорит Джон Дюпри (John Dupree), вице-президент Sprint по маркетингу и продажам.

Благодаря данной системе аналитики Sprint могут теперь выполнять точную сегментацию рынка, определять тенденции и вырабатывать модели развития, а также анализировать требования и пристрастия покупателей и подготавливать отчеты на основе централизованных данных о клиентах, поступающих из различных источников.



"С помощью решений SAS мы обнаружили, что значительно проще расширять ассортимент товаров, продаваемых существующим покупателям, а также проводить продажи с торгов, нежели приобретать новых клиентов. Как удалось установить нашим аналитикам, вероятность того, что клиенты, купившие у Sprint хотя бы два из некоторых продуктов или услуг, будут и впредь прибегать к нашим услугам, на 50% превышает аналогичную вероятность для остальных клиентов, - обратил внимание Джон Дюпри, - Мы также снизили отток клиентов, добившись удовлетворения их требований и скрытых потребностей".

Преимущества интеллектуальных решений SAS

В условиях жесткой рыночной конкуренции организации должны сосредоточить все имеющиеся ресурсы на тех направлениях, которые с наибольшей вероятностью приведут их к успеху. SAS может помочь в выборе этих направлений.

Мы повышаем эффективность уже сделанных капиталовложений организаций в оперативные системы и приложения, добавляя к ним некую уникальную интеллектуальную надстройку. Решения SAS позволяют организациям преобразовывать разрозненные данные - полученные из любых источников и через различные каналы - в значимую интеллектуальную информацию о клиентах, поставщиках, самой их организации и деятельности всего предприятия в целом. Мы назы-

ваем это интеллектуальными решениями SAS, и мы реализуем их с помощью наших лучших в мире средств управления данными и аналитики.

Поскольку все решения SAS базируются на общей открытой, расширяемой среде разработки - Интеллектуальной Архитектуре (Intelligence Architecture) - отдельные решения можно легко увязывать между собой, и использовать соответствующие технологии для выдачи надежной информации, на которую могут положиться лица, принимающие решения.

Независимо от того, интересуют ли вас отдельные аспекты вашего бизнеса, или же вы стремитесь улучшить деятельность всего предприятия, интеллектуальные решения SAS помогут

вам максимизировать прибыльность, минимизировать риски и получить конкурентные преимущества.

Решения SAS, крупнейшей в мире частной компании-производителя программного обеспечения, используются в более чем 37 тысячах компаний, правительственных структур и университетов в 111 странах мира. 98 компаний из первой сотни списка Fortune 500 и 90 процентов всего списка Fortune 500 являются клиентами SAS. Вот уже 25 лет SAS служит для своих клиентов надежным источником, из которого они черпают Силу знания - The Power to Know®.

Более подробная информация представлена на сайте компании по адресу

www.sas.com, www.sas.com/Russia.

Amazon.com — Компания Amazon.com работает в сфере розничной Интернет-торговли с июля 1995 года. Число клиентов компании насчитывает 30 миллионов человек, и она предлагает миллионы наименований товаров, от книжной и музыкальной продукции до электроники и компьютерной техники, на четырех международных Веб - сайтах: www.amazon.fr, www.amazon.co.uk, www.amazon.de и www.amazon.co.jp.

Компания Amazon.com, как крупнейший поставитель Интернет-торговли, очень быстро столкнулась с проблемой мошенничества и необходимостью минимизировать связанные с ним риски. Для построения системы обнаружения мошенничества были выбраны программные решения SAS. Как отмечает Дж. Колхаткар, директор службы обнаружения мошенничества Amazon.com, "Внедрение SAS значительно сократило число случаев мошенничества в нашей компании - в первые же шесть месяцев работы SAS показатели мошенничества снизились на 50 процентов."

Колхаткар поясняет, почему Amazon.com выбрала SAS для обнаружения мошенничества. "SAS имеет наилучший инструментальный выполнения тех видов анализа, которые мы хотели проводить в процессе выявления мошенничества. Никто из производителей не предлагает такой совершенный диапазон аналитических средств - деревья решений, нейронные сети и т. д. SAS позволяет нам су-

щественно экономить ресурсы, соединяя в одном инструменте весь необходимый набор функций. При этом отпадает необходимость отдельной подготовки данных для выполнения различных функций. SAS также обеспечивает доступ ко всем данным, которые требуется проанализировать. И наконец, SAS очень оперативно реагирует на все наши запросы."

Как и для всех компаний, продающих товары через Интернет, (а также выполняющих телефонные или почтовые заказы), для Amazon.com основным видом мошенничества является мошенничество с кредитными картами. Обнаружение и предотвращение этого вида мошенничества является для этих компаний первоочередной задачей, т. к. они, а не банки- держатели карт, несут финансовую ответственность за эти операции. Мошенники, действующие в сфере онлайн-торговли, используют те же приемы, которыми они бы пользовались в традиционной торговле. Однако, утверждает Колхаткар, тот факт, что каждая транзакция в Интернете регистрируется, упрощает процесс обнаружения мошенников.

"Мошенники обычно действуют похожими методами," - говорит Колхаткар. "Это облегчает задачу обнаружения мошенничества, т. к. в данных о транзакциях и клиентах можно обнаружить похожие модели поведения. Например, мошенники стремятся покупать такие товары, которые они легко могут реализовать



на черном рынке, например, электронику. Очевидно, что они указывают другой адрес доставки товаров, чем указан в счете, поэтому адрес по счету может стать индикатором мошенничества. Они также стараются заказывать наиболее быстрый способ доставки. Понятно, что любой из этих признаков и даже их комбинация не являются прямым доказательством мошенничества, но в сочетании с другими индикаторами они будут служить ориентирами для наших дальнейших действий."

Amazon.com использует SAS для анализа поведенческих моделей мошенников и построения прогнозных оценок, показывающих вероятность совершения мошеннических действий. "Мы проверяем эти оценки на базе данных наших клиентов," поясняет Колхаткар. "Затем мы используем SAS для определения приоритетов в последующих расследованиях."

Очевидно, что мы должны очень тщательно исследовать каждый случай потенциального мошенничества перед тем, как предпринимать юридические действия, поэтому мы ранжируем результаты полученных оценок и начинаем расследование по наивысшим приоритетам. Мы ведем на SAS также всю нашу отчетность по мошенничествам - какой случай мы сейчас расследуем и его статус.

GE Capital — Компания GE Capital со своим известным лозунгом "Мы приносим хорошее в жизнь" уже давно работает над глобальной стратегией взаимоотношений с заказчиками. Непосредственно функционируя более чем в 30 странах и имея диверсифицированную структуру из 26 бизнес подразделений, эта компания постоянно работает в условиях жесткой конкуренции, будь то привлечение новых клиентов или предоставление дополнительных услуг существующим заказчикам. "Следовательно, нам необходимо систематический и достаточно автоматизированный способ идентификации поведения заказчиков и правильного позиционирования наших продуктов, который помог бы нам сделать наши взаимоотношения с клиентами действительно взаимовыгодными" - говорит Шон Койн (Shaun Coyne), технический директор GE Capital.

В частности, при проведении целевых кампаний решение SAS помогло GE Capital решить следующие задачи:

- Оценить эффективность вложений при проведении кампаний, сделать выводы и улучшить проведение будущих кампаний.
- Планировать целевые воздействия на индивидуальных пользователей или семейства, вырабатывать гибкие правила для идентификации нужных персон в каждом семействе для конкретных предложений.
- Планировать ключевые действия при проведении кампаний и автоматически инициировать регулярные мероприятия так часто, как это необходимо.
- Осуществлять целевые кампании через различные каналы, включая как традиционные так и новые (Internet, мобильные коммуникации и т.д.).



Строить прогнозные модели и комбинировать их с другими критериями для более точных результатов.

Обновлять модели автоматически, по ходу изменения накопленной информации о клиентах.

Выполнять анализ, моделирование поведения, планировать и разрабатывать целевые кампании из единой среды.

"SAS эффективно помог нам выработать целостную, глобальную CRM стратегию. Решение SAS является ключевым моментом нашей стратегической цели - органического роста компании путем увеличения доходов посредством перекрестных и сопутствующих продаж (cross-selling and up-selling) на основе существующей клиентской базы" - говорит Шон Койн.

Predict Predict

