

SAS INSTITUTE GmbH,  
organizačná zložka  
Lazaretská 12  
811 08 BRATISLAVA 1  
TEL: +421 2 5778 0910  
[www.sas.com/slovakia](http://www.sas.com/slovakia)

**Kontakt:**

Martina Gajarská  
[Martina.Gajarska@svk.sas.com](mailto:Martina.Gajarska@svk.sas.com)  
tel.: +421 2 5778 0946  
mobil: +421 910 727 015  
Navštívte prosím SAS Press  
Centrum  
[www.sas.com/presscenter](http://www.sas.com/presscenter)

**SAS predstavil celosvetovú dostupnosť riešenia SAS® for Customer Experience Analytics.**

*Online kanál je včlenený do komplexu aktivít marketingu, obchodu a manažmentu distribučných kanálov*

Bratislava (10.10.2008) – SAS dnes oznámil celosvetové uvedenie riešenia [SAS for Customer Experience Analytics](#). Tento nový prírastok do širokej rodiny SAS Customer Intelligence, ktorý bol úspešne uvedený na anglický trh vo februári 2007, je výsledkom globálnej dohody so spoločnosťou Speed-Trap, britským poskytovateľom softvéru, využívajúceho technológiu Web 2.0 na získanie komplexného on-line pohľadu na zákazníka. Toto riešenie zachytáva najaktuálnejšie dáta z webu a spája ich s dátami získanými z ostatných kanálov, aby spoločnosti získali skutočnú multi-kanálovú customer intelligence, ktorá im pomôže lepšie pochopiť zákazníkov a zlepšiť komunikáciu s nimi.

Riešenie SAS for Customer Experience Analytics bolo vyvinuté využitím patentovanej technológie Dynamic Collection™ od spoločnosti Speed-Trap. Táto unikátna, vysokovýkonná technológia zberu dát bola zabudovaná do existujúcej SAS Enterprise Intelligence Platform.

Analýza zákazníckych zážitkov (Customer experience analytics) zdôrazňuje pohľad na zákazníka získaný kombináciou dát o jeho správaní sa na webe s dátami z ostatných kontaktných miest ako napríklad call-centrum alebo obchodné miesto. Analýzou týchto kombinovaných dát môžeme okrem iného:

- Identifikovať zákazníkov, ktorí uprednostňujú online vyhľadávanie a offline nákup.
- Určiť, ktorá z online kampaní bola najúspešnejšia v získavaní zákazníkov, ktorí sa ukázali byť lojálni a vysoko ziskoví.
- Identifikovať produkty, ktoré zákazníci vyhľadávajú online, aby ich bolo možné osloviť tou správnou offline ponukou

“Ide skôr o pochopenie jednotlivých zákazníkov a ich správania ako o web servery alebo web stránky; o zaznamenávanie obchodných prípadov a skúseností zákazníkov a nie o meranie klasických web metrík,” povedal Jeff Levitan, generálny manažér, SAS Customer Intelligence.

**Rýchla ROI**

Ponuka zahŕňa inovatívny, dynamický mechanizmus zberu dát, ktorý dokáže zachytiť všetky interakcie na stránke vložением jednoduchého riadku textu do akejkoľvek web stránky, ktorú chceme analyzovať. To umožňuje dosahovať výsledky v rámci niekoľkých dní, rapídne urýchliť nasadenie požadovaného riešenia a zvýšiť návratnosť investícií do marketingu.

“Spoločnosti zisťujú, že iba pohľad na minulé aktivity na webových stránkach už nestačí,” dodal Levitan. “Čoraz viac marketingových pracovníkov aplikuje prediktívne analýzy na identifikovanie tých znakov web stránok, ktoré ovplyvňujú správanie sa zákazníkov a na prognózovanie budúcich trendov.”

### **Zabudované prediktívne modely a prognózovanie.**

Riešenie SAS® for Customer Experience Analytics má zabudované analytické nástroje, ktoré pomôžu marketingovým pracovníkom predikovať splnenie stanovených obchodných cieľov na základe aktuálnych výsledkov a parametrov danej marketingovej kampane.

Malcolm Duckett, VP marketingu spoločnosti Speed-Trap komentuje "Marketingoví pracovníci chcú pochopiť svojich zákazníkov a ich správanie sa v reálnom čase, kto vlastne navštevuje ich web stránky a aké boli zámery a kroky každého jednotlivca. Spojenie technológie Dynamic Collection™ od spoločnosti Speed-Trap a bezkonkurenčných skúseností spoločnosti SAS v oblasti business intelligence na online trhu vidíme ako ideálnu kombináciu na vytvorenie dostatočného hĺbkového pohľadu na zákazníka, ktorý mnohým spoločnostiam chýba."

### **Riešenie pre široké pole užívateľov.**

Jednoducho použiteľný, na webe založený reportovací systém umožňuje širokému okruhu užívateľov prezerať si, vytvárať a rozosielať štandardné a upravené správy a štatistiky, umožňujúce manažérom získať potrebné informácie v požadovanom formáte za účelom prijatia rýchlejších a správnejších rozhodnutí.

### **Integrovaný súbor vysoko hodnotených marketingových riešení.**

Zatiaľ čo množstvo dodávateľov komplexných marketingových riešení sa úzko špecializuje, SAS poskytuje vyčerpávajúci súbor vysoko hodnotených produktov, ktoré komplexne zastrešujú celý marketingový proces orientovaný na zákazníka. Súbor riešení SAS® Customer Intelligence disponuje schopnosťami zvládnuť riadenie kampaní, krížový predaj, navyšovacie predaj, retenciu zákazníkov, segmentáciu zákazníkov, e-mail marketing, event-driven marketing, optimalizáciu kampaní, analýzu marketingového mixu, marketing manažment výkonu a web analytiku.

Medzi významných klientov používajúcich SAS na podporu zákazníckych výhod vo svete patrí aj American Honda Motor Co., DeutschlandCard, First Citizens Bank, Grupo Santander, HSBC Global Transaction Banking, Swisscom a Vodafone Australia. V Českej republike a na Slovensku používajú toto riešenie okrem iného Česká sporiteľňa, Česká poisťovňa, Allianz-Slovenská poisťovňa, a.s. a VÚB, a.s.

## O SPOLOČNOSTI SAS

SAS je lídrom v oblasti [business analytics](#) softvéru a služieb a najväčším nezávislým dodávateľom business intelligence riešení. S inovatívnymi business aplikáciami podporovanými enterprise intelligence platformou, SAS pomáha 44 000 organizáciám zlepšiť výkonnosť a robiť lepšie a rýchlejšie rozhodnutia. Od roku 1976 SAS dáva zákazníkom na celom svete POWER TO KNOW®.

*SAS a všetky ďalšie názvy produktov a služieb SAS Institute Inc. Sú registrovanými ochrannými známkami SAS Institute Inc. v USA a ďalších krajinách. ® označuje registráciu v USA. Ďalšie značky a názvy produktov sú ochrannými známkami konkrétnych spoločností. © 2008*