



POSTEN VIDAREUTVECKLAR SIN MARKNADSFÖRING MED SYSTEM FRÅN SAS INSTITUTE OCH SAP

Kraftfull plattform för kundanalys och kampanjplanering från SAS Institute förbättrar design, planering, implementering och exekvering av kampanjer

Med 29 års erfarenhet är SAS Institute idag en världsledande leverantör av mjukvaror och konsulttjänster inom affärsanalys och beslutsstöd. SAS hjälper stora verksamheter med kostnadsbesparingar och resultatförbättringar genom att strukturera och analysera stora mängder information som finns samlade i våra kunders databaser. Av världens 100 största företag är 92 kunder till SAS Institute. Till våra uppdragsgivare i Sverige hör hälften av Sveriges 200 mest betydande företag och organisationer.



Elisabeth Ström, vice VD Posten med ansvar för marknad och försäljning.

Posten sitter på en guldgruva: kunskap om Sveriges logistikbehov. Bland annat har man 400 000 svenska företag i ett stort register, med en mängd information om vart och ett behov av frakt och logistik. Att utnyttja informationen på ett vettigt sätt har dock visat sig vara ganska knepigt – det vill säga, tills man skaffade systemhjälp från SAS Institute.

Den lösning som Posten har valt heter SAS Marketing Automation (SAS MA). Det är en komplett lösning för kundanalys och kampanjplanering, som klarar av enkel såväl som avancerad analys och även stora, komplicerade kampanjer. Dessutom fungerar systemet med alla Postens datakällor, inklusive ERP-systemet från SAP.

Systemets avancerade funktion innebär dock inte på något sätt att det är

svårt att använda. Tanken är tvärtom att medarbetare på många olika nivåer inom Posten enkelt ska kunna använda såväl analys som kampanjhantering. Posten vill ha en "intelligentare" organisation, med bättre marknadsplanering och kundstrategier. Elisabeth Ström var vice VD på Posten när systemet upphandlades 2004:

"Vi sökte en analytisk plattform med möjlighet att genomföra kundanalys, agera på analysen, distribuera och presentera kunskap, säkerställa relevanta informationsmängder, lagra och transportera data etc. Men för att detta ska fungera behövs en ordentlig plattform för analys och kampanjplanering, som stöder ett analytiskt arbetssätt."

En viktig poäng med analysplattformen är att den fungerar bra tillsammans med den SAP-lösning som Posten har sedan länge. Faktum är att drift, förvaltning och utveckling av analyslösningarna sker i Postens SAP-kompetenscenter. Man använder också Data Warehouse från SAP som datakälla till analysverktyg från SAS Institute .

På den strategiska nivån vill Posten framförallt bättre förstå kundernas nuvarande behov, samt förutsäga vad de kan tänkas behöva framgent. Det är dessutom viktigt att den valda plattformen inte bara ger bättre resultat än tidigare, utan också ger såväl högre intäkter som lägre kostnader. Alla dessa krav motsvaras av SAS MA,

”Nu kan Posten utveckla strategier som ger kunderna mervärde”.
Elisabeth Ström, vice VD Posten med ansvar för marknad och försäljning.

som Elisabeth Ström är mycket nöjd med.

”Nu kan Posten på ett strukturerat sätt utveckla strategier som ger kunderna mervärde. Vi kan se till att vi alltid använder rätt kanal för kunden i fråga, vi kan analysera, följa upp och vidareutveckla säljaktiviteter, ta fram kundsegment och kommunikationsplaner och mycket mer. Det gör att Postens medarbetare får en klarare bild av kunderna, både av deras behov och Postens möjlighet att göra bra affärer med dem.

UTMANING:

Posten har oerhört mycket värdefull information om sina kunder, information som dock är svår att komma åt och som därför kanske inte används när man försöker utreda vad kunderna vill ha – idag och i framtiden. Posten använder bland annat ERP-systemet R/3 från SAP och en analysplattform måste kunna fungera bra ihop med detta.

LÖSNING:

Posten har valt en plattform för kundanalys och kampanjplanering, SAS MA från SAS Institute. Därmed kan många medarbetare på olika nivåer enkelt arbeta strukturerat med kundsegmenteringar, analys och kampanjer. Det ger en ”intelligentare” organisation, som snabbare kan reagera på förändringar i marknaden och som är bättre rustad att svara på hastigt uppkomna kundkrav.

KUNDFAKTA:

Posten är sedan 1994 ett aktiebolag som ägs av staten. Det är Sveriges största logistikaktör, med cirka 35 000 medarbetare som omsätter 25 miljarder kronor årligen. Posten har funnits i 370 år, men förlorade monopolställningen som brevliefertör 1993. Man konkurrerar sedan lång tid tillbaka med både lokala och globala konkurrenter inom paket- och logistik-tjänster. Posten har på senare år tagit många steg mot modernisering och marknadsorientering. Man har bland annat delat upp kontorsrörelsen, exempelvis genom samarbeten med livsmedelsbutiker. Varje år serverar Posten 4,5 miljoner hushåll och 800 000 företag i Sverige.



SAS Institute AB

Stockholm:
Stora Frösunda
169 70 Solna
Tel. +46 (0)8-522 170 00
Fax. +46 (0)8-522 170 70

Göteborg:
Göteborgsgatan 24 nb
411 34 Göteborg
Tel. +46 (0)31-81 85 50
Fax. +46 (0)31-81 49 10

www.sas.com/sweden