

Servicios Analíticos

- ▶ Asesoría del Ciclo de Vida Analítico
- ▶ Asesoría en el Gobierno de Modelos Analíticos
- ▶ Clasificación Automática de Correos
- ▶ Evolución del *Customer Analytic Journey*
- ▶ Recomendador de Productos y Servicios *online* adaptado al Cliente
- ▶ Optimización de Acciones Comerciales
- ▶ Explotación de la Experiencia Web del Cliente



Asesoría del Ciclo de Vida Analítico

¿Qué es?

Se trata de una asesoría en el ámbito de la analítica que mediante el trabajo conjunto con SAS ayuda a los clientes a definir su madurez analítica y definir un plan de acción para cubrir el *last-mile* del ciclo analítico.

¿Para qué?

Para ayudar a mejorar a nuestros clientes ofreciendo una metodología de operacionalización de los modelos analíticos que les permita conseguir resultados de forma más rápida y eficiente ya que actualmente muy pocos de los modelos que se desarrollan se llevan a producción.

¿Cómo lo hacemos?

Mediante una serie de *workshops* con los distintos *stakeholders* para entender con profundidad la metodología de desarrollo de modelos, sus características y el ciclo de vida completo que siguen. Se analizan los resultados y se prepara un informe final que contiene el resultado del análisis, descubrimientos y recomendaciones de la metodología de operacionalización junto con un plan de acción para aquellos puntos de posible mejora.

¿A quién está orientado?

Abierto a cualquier compañía y departamento que desarrolle modelos analíticos, ya sean con SAS o con *Open Source*.



Beneficios

- ✓ Incrementar pilotos de forma consciente rápida y escalable.
- ✓ Trabajar con una metodología de operacionalización.
- ✓ Tener un gobierno centralizado de los activos analíticos.
- ✓ Acelerar el tiempo de desarrollo de modelos y su ROI.



Asesoría en el Gobierno de Modelos Analíticos

¿Qué es?

Consiste en una asesoría en la metodología y la configuración general de la plataforma analítica, compartiendo *best-practices*, para la implementación de casos de uso en:

- ▶ Integración entre SAS y los lenguajes *Open Source*.
- ▶ Gobierno de gestión y desarrollo de los modelos analíticos.
- ▶ Operacionalización de los modelos y decisiones a tomar sobre los mismos (en *real-time*, *in database*, como servicio web, etc.).
- ▶ Automatización del ciclo de vida analítico completo desde la preparación del dato al reentrenamiento, despliegue y monitorización del rendimiento del modelo.
- ▶ Gestión e integración de diferentes tipos de datos (tabular, texto, imagen, audio).

¿Para qué?

Consultores expertos de SAS ofrecerán su conocimiento y experiencia para optimizar el uso del software SAS, de forma que se mejore la efectividad de la plataforma SAS aplicando las mejores prácticas y reduciendo la complejidad de la integración entre las componentes SAS y sistemas de terceros.

¿Cómo lo hacemos?

Mediante una serie de *workshops* para conocer el contexto de negocio, las necesidades y la arquitectura, diseño de la solución a implementar, presentación de la solución diseñada y apoyo técnico y funcional durante la configuración del producto e implantación de la solución diseñada, con posibilidad de extensión del servicio post-producción.

¿A quién está orientado?

Abierto a cualquier compañía y departamento que desarrolle modelos analíticos, ya sean con SAS o con *Open Source*.



Beneficios

- ✓ Uso de las mejores prácticas de las soluciones SAS.
- ✓ Experiencia de los consultores especializados SAS en cada área.
- ✓ Creación de un ecosistema analítico que:
 - ✓ Aumentando la flexibilidad analítica combinando SAS con *Open Source*.
 - ✓ Foco principales en estandarizar la operacionalización de los modelos analíticos y la integración de los mismos en los procesos de negocio.



Clasificación Automática de Correos

¿Qué es?

Consiste en diseñar e implementar un proceso que permita clasificar los correos electrónicos recibidos de forma automática según su contenido.

¿Para qué?

Es un proceso que facilita a los clientes la gestión de la gran cantidad de mails que se reciben diariamente y que agiliza la tramitación de las posibles peticiones, quejas, etc.

¿Cómo lo hacemos?

Mediante la solución de analítica de textos de SAS, la cual realiza un proceso que lee los correos en formato html y que los clasifica según las categorías indicadas por el cliente mediante reglas. En cada ejecución, de forma automática, se genera un fichero indicando en cada uno de los mails la categoría asignada lo que permite atender de forma organizada y ágil cada cuestión.

¿A quién está orientado?

A cualquier departamento que realice gestiones directas con clientes finales mediante correo electrónico, como por ejemplo, departamentos de atención al cliente de compañías de comercialización de *facilities* (electricidad, agua, gas, telefonía, ...) e incluso en la administración pública.



Beneficios

- ✓ Facilidad de clasificación y envío de las diferentes peticiones al departamento indicado.
- ✓ Agilidad en la respuesta al cliente final ante cualquier petición/queja.
- ✓ Ahorro de dedicación de los mapeados en tareas administrativas.



Evolución del *Customer Analytic Journey*

¿Qué es?

- Un modelo analítico de última generación para incrementar los resultados en la estrategia de *Customer Journey* que se defina en nuestros clientes.

¿Para qué?

- Los objetivos de identificar clientes con un alto potencial para realizar una determinada acción de compra no han cambiado a lo largo de los años, sin embargo la metodología para resolver los problemas sí se ha actualizado y permite mejorar la capacidad predictiva.

¿Cómo lo hacemos?

- Mediante técnicas analíticas secuenciales de **redes neuronales LSTM** se crea un proceso de predicción del comportamiento, que calcula la probabilidad de que ocurra un determinado evento en cada cliente. El evento a predecir dependerá de las fases que se definan de *Customer Journey*, un ejemplo de evento puede ser la probabilidad **cross selling** de un determinado producto.
- La base sería cada iteración cliente, ya que es una oportunidad para entender mejor su comportamiento.

¿A quién está orientado?

- A todas las industrias que deseen mejorar sus procesos de venta con el cliente y que quieran conocer mejor a sus clientes. Este tipo de procesos tienen un gran impacto en los departamentos de ventas y de *marketing*.



Beneficios

- ✓ Aumento del ROI de las campañas de *marketing* y un uso más eficiente de los recursos.
- ✓ Incrementar la probabilidad de venta asesorando al cliente con productos que sean de mayor interés para ellos.
- ✓ Mejorar la detección de aquellos clientes más propensos a la compra que los métodos analíticos tradicionales no nos permiten encontrar.



Recomendador de Productos y Servicios *online* adaptado al Cliente

¿Qué es?

Es un sistema para optimizar el contenido que visualiza cada cliente y recomendar a los clientes aquellos productos que probablemente le gusten más con el objetivo de incrementar las ventas.

¿Para qué?

La cantidad de canales por la cual nos puede contactar un cliente es cada vez más compleja y supone un desafío constante, para esto el cliente busca sentirse identificado y la personalización es la clave.

¿Cómo lo hacemos?

Utilizamos la metodología de *Reinforcement Learning* que facilita la toma de decisiones automática ya que interactúa con un entorno y aprende con el tiempo qué acciones tomar para lograr el incremento en una determinada métrica, como puede ser el aumento de las compras. Observando diferentes acciones de cada cliente y midiendo si se consigue el objetivo marcado, el algoritmo aprende cómo seleccionar las acciones en el futuro mostrando contenido cada vez más personalizado al cliente.

¿A quién está orientado?

A todas las empresas e industrias que deseen mejorar sus procesos de venta online.



Beneficios

- ✓ Mejorar el probabilidad de venta y el valor medio de la venta.
- ✓ Modelos más robustos ya que aprenden de cada decisión.
- ✓ *Reinforcement Learning* introduce además contenido nuevo que permite al cliente descubrir nuevas preferencias.



Optimización de Acciones Comerciales

¿Qué es?

- Proceso que permite dirigir la mejor acción comercial a cada cliente apoyándose en la analítica para obtener los resultados óptimos.

¿Para qué?

- Para dar respuesta ante la necesidad de incrementar el retorno de las acciones, disminuyendo la saturación de los clientes y asegurándonos de que reciben las acciones óptimas en cada momento.

¿Cómo lo hacemos?

- Generando escenarios *what-if* y utilizando técnicas avanzadas de optimización para definir la mejor solución basada en las reglas y condiciones aplicadas en cada escenario o acción comercial.

¿A quién está orientado?

- A todos las áreas de marketing de todos los sectores que deseen aumentar el retorno de las acciones comerciales y disminuir las comunicaciones sin éxito.



Beneficios

- ✓ **Disminución de las comunicaciones no efectivas.**
- ✓ **Menor saturación del cliente.**
- ✓ **Comunicaciones óptimas.**
- ✓ **Incremento del ROI.**
- ✓ **Mayor entendimiento de nuestras acciones utilizando escenarios *what-if*.**



Explotación de la Experiencia Web del Cliente

¿Qué es?

- Es un proceso que tiene como fin enriquecer modelos analíticos utilizando información extraída de la navegación web de los clientes.

¿Para qué?

- Con el objetivo de aumentar el conocimiento sobre los clientes, mejorando su clasificación y las ofertas que se les pueden mostrar digitalmente.

¿Cómo lo hacemos?

- Se definen reglas para obtener información de la navegación de los consumidores y se muestran en la web las mejores ofertas adaptadas a cada uno de ellos.

¿A quién está orientado?

- A las áreas de *marketing* digital que se desean conocer mejor a sus clientes para personalizar su contenido en la web y conseguir incrementar el valor de sus ventas.



Beneficios

- ✓ Incrementar la información disponible para realizar modelos analíticos a nivel de cliente.
- ✓ Personalizar la web a cada cliente mostrando la oferta más adecuada según los modelos analíticos de su navegación web.

