

Каковы основные задачи SAS Marketing Optimization?

SAS Marketing Optimization позволяет максимизировать экономическую отдачу от выполнения маркетинговых кампаний, за счет оптимального распределения предложений клиентам с учетом доступных каналов и ресурсов, бюджетных ограничений и правил контактной политики.

В чем плюсы использования SAS Marketing Optimization?

SAS Marketing Optimization способствует повышению окупаемости маркетинговых вложений, а также позволяет отследить влияние ограничений, таких как бюджет и пропускная способность каналов, на общий результат целевого маркетинга.

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.

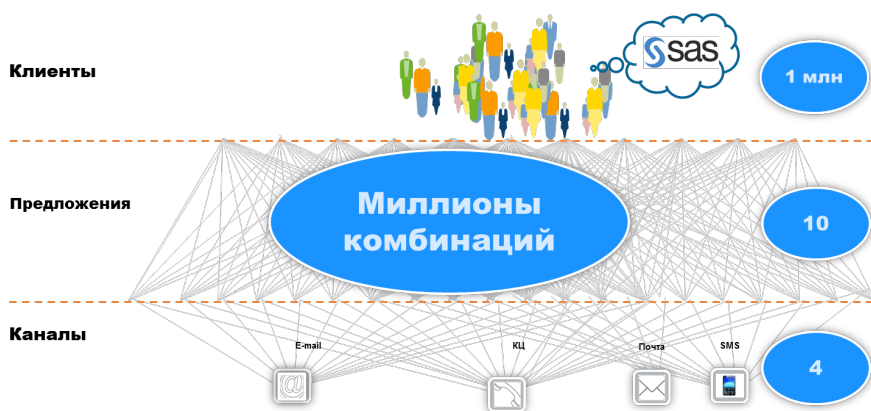
SAS® Marketing Optimization

Оптимизация маркетинговых кампаний для повышения отклика и увеличения прибыли

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

Использование углубленной аналитики помогло повысить эффективность маркетинга, но само по себе оно не позволяет решить проблемы многочисленных ограничений, с которыми организациям приходится сталкиваться при выполнении различных маркетинговых задач. К таким ограничениям можно отнести пропускную способность каналов, установленные для клиентов параметры продуктов (лимиты, ставки, тарифы), размеры бюджета и политики контактов с клиентами. Также организации сталкиваются с трудностями при прогнозировании прибыльности кампаний и предупреждении ситуаций конфликта предложений.

SAS Marketing Optimization представляет собой простое в использовании решение, построенное на базе запатентованной технологии оптимизации. Используя имеющуюся информацию о доступных предложениях, их себестоимости, вероятности положительного отклика, а также данные по прибыльности клиентов, SAS Marketing Optimization предоставляет среду для создания и анализа различных сценариев коммуникаций с клиентами.



SAS Marketing Optimization является важным компонентом SAS Customer Decision Hub и в рамках этой концепции отвечает за формирование согласованного набора предложений, доставляемого по всем доступным каналам коммуникации и удовлетворяющего поставленным перед вами бизнес-целям.



Приобретаемые выгоды

- **Существенное повышение эффективности маркетинговых кампаний.** SAS Marketing Optimization прогнозирует ожидаемый эффект от каждой коммуникации с клиентом по доступному набору предложений. Затем эта информация анализируется в контексте бизнес-ограничений, таких как пропускная способность каналов, правила контактной политики, плановые KPI и доступный бюджет, с целью выбора оптимальной комбинации предложений и каналов коммуникации для отдельных клиентов. За счет применения бизнес-ограничений на этапе оптимизации существенно повышается простота кампаний в системе управления кампаниями, и тем самым создаются благоприятные условия для роста их количества.
- **Более эффективное использование маркетингового бюджета.** Благодаря совершенству заложенных алгоритмов математической оптимизации маркетологи могут быть уверены, что в заданных рамках планирование кампаний будет оптимальным.
- **Повышение эффективности каналов.** У многих коммерческих организаций объем планируемых коммуникаций превышает возможности каналов для их выполнения. Решение SAS Marketing Optimization 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 интуитивно понятному пользовательскому интерфейсу, SAS Marketing Optimization позволяет пользователям самостоятельно создавать сценарии оптимизации и настраивать их критерии. Благодаря встроенной системе анализа сценариев, пользователи системы могут детально

анализировать и сравнивать между собой альтернативные сценарии для точной оценки экономической эффективности планируемых кампаний, оценки влияния заданных ограничений на общую цель оптимизации, а также осуществлять «what-if» анализ проведения коммуникаций с клиентами.

- **Исключение несогласованных и конфликтующих коммуникаций.** SAS Marketing Optimization может одновременно работать с несколькими типами кампаний, таким образом, клиенты не будут получать не согласованные друг с другом предложения и не будут перегружены коммуникациями.
- **Увеличение количества запускаемых кампаний.** SAS Marketing Optimization может одновременно работать с большим количеством кампаний, выбирая оптимальный набор предложений для всех клиентов.

Точная постановка задач оптимизации

Применяя SAS Marketing Optimization, пользователи сначала определяют «задачу бизнес-оптимизации», ориентированную на определенную цель. В качестве такой задачи может выступать максимизация прибыли, доходов или показателя отклика, выполнение плановых KPI или минимизация суммарных маркетинговых расходов.

Затем с помощью ограничений описываются бизнес-лимиты, в рамках которых необходимо оптимизировать кампании.

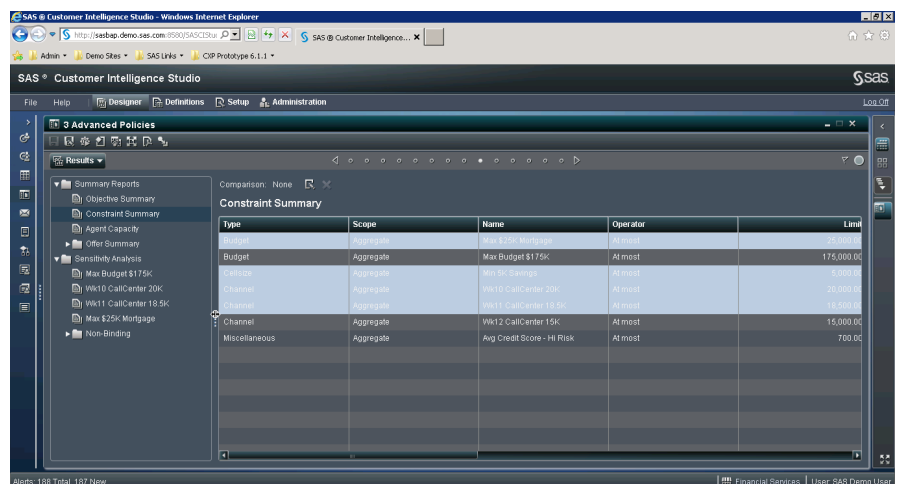
Пользователи могут определять стандартные ограничения, основанные на размере бюджета, пропускной способности канала, размере рыночной ниши, минимальной ставке доходности и контактных политиках в отношении отдельных клиентов или клиентских сегментов. Система позволяет настраивать собственные ограничения, такие как минимальный коэффициент рентабельности или минимальный порог прибыли. Также можно ставить тактические финансовые задачи, например: расходовать как минимум 150 000 \$ на предложения, адресованные слабо охваченным потребителям в северо-восточном регионе.

Анализ сценариев

В пределах одного проекта оптимизации маркетологи могут задавать альтернативные сценарии. Каждый сценарий может отличаться различным набором экономических целей, ограничений, маркетинговых затрат и политик контактов с клиентами. После определения ограничений, пользователи могут анализировать результаты и генерировать отчеты, чтобы решить, какой из сценариев даст наилучший результат.

Встроенная отчетность

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



Type	Scope	Name	Operator	Limit
Budget	Aggregate	Max Budget \$175K	At most	175,000.00
Channels	Aggregate	Wk10 CallCenter 20K	At most	20,000.00
Channels	Aggregate	Wk11 CallCenter 10.5K	At most	10,500.00
Channels	Aggregate	Wk12 CallCenter 15K	At most	15,000.00
Miscellaneous	Aggregate	Avg Credit Score - HI Risk	At most	700.00

Данный анализ по совокупности ограничений демонстрирует список всех определенных бизнес-ограничений. Ограничения, оказывающие влияние на целевую функцию, автоматически выделяются синим цветом.

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 ограничений.

Интуитивно понятный интерфейс

Все сценарии, ограничения, отчеты и аналитические процедуры настраиваются и выполняются непосредственно из интерфейса пользователя. Возможности интерфейса включают как защиту от некорректных действий, так и развитую систему интерактивной справки. Кроме того, при необходимости многие ограничения могут быть определены в пакетном режиме через специальный интерфейс. SAS Marketing Optimization имеет единый пользовательский интерфейс с другими компонентами SAS Customer Decision Hub.

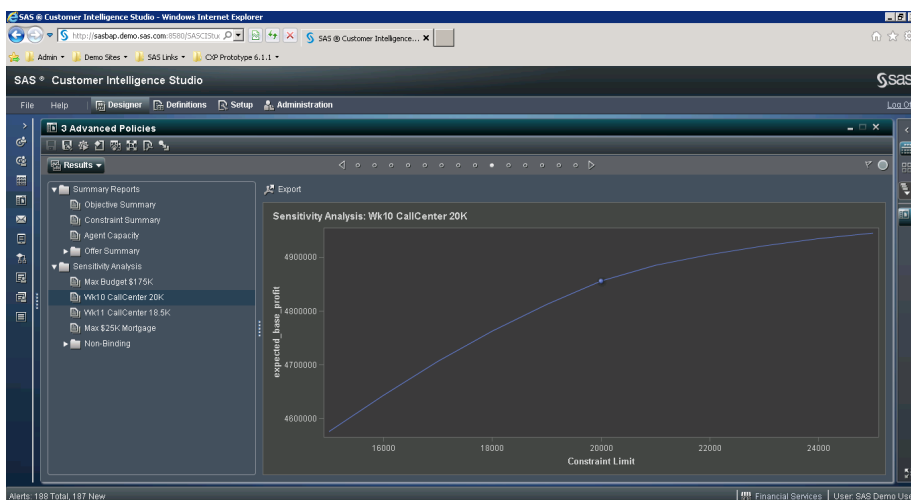
Технологии соблюдения контактной политики

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

Ключевые возможности решения

Постановка задачи оптимизации

- Оптимизация может проводиться по широкому ряду экономических параметров, что позволяет максимизировать или минимизировать практически любой вычисляемый показатель. Система позволяет планировать кампании в бизнес-терминах. Примерами могут служить максимизация прибыли, минимизация маркетинговых затрат, максимизация дохода или остатка бюджета.



Анализ, демонстрирующий зависимость прибыли от изменения доступности ограниченного ресурса (sensitivity-анализ).



Процессы управления кампаниями с использованием оптимизации.

- 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 кампаний 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 равна \$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.
- Одновременное выполнение нескольких сценариев оптимизации.

Пользовательский интерфейс

- Простой в использовании пользовательский интерфейс с удобной навигацией.
- Функции безопасности, поддерживающие многопользовательский доступ и требующие регистрации в системе.

- Интерактивная справочная система.
- 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.
- Импорт результатов оптимизации, полученных в другой системе оптимизации маркетинговых кампаний, и сопоставление их с результатами работы 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.
- 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 результатов анализа чувствительности по всем ограничениям.
- Возможности совместной работы пользователей, публикации или отправки по электронной почте отчетов по конкурирующим сценариям перед началом выполнения кампании.
- OLAP-кубы, автоматически генерируемые на основе входных данных и результатов выполнения сценариев. Возможность проводить более детальный анализ результатов в различных разрезах до начала выполнения кампаний.
- Расширенные отчеты, где сравнение проводится не только по различным параметрам одного сценария, но и между сценариями. Возможность получить представление о том, какому влиянию подвержены различные вычисляемые параметры и критические показатели.

Общество с ограниченной ответственностью «САС ИНСТИТУТ»

Россия, 109004 г. Москва, ул. Станиславского, дом 21, строение 1, • Тел: +7 495 227 4151 • Факс: +7 495 780 4275 • www.sas.com/russia

ТОО «САС Інстїтут Ел.Ел.Сі.»

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

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 © 2014, SAS Institute Inc. All rights reserved.

