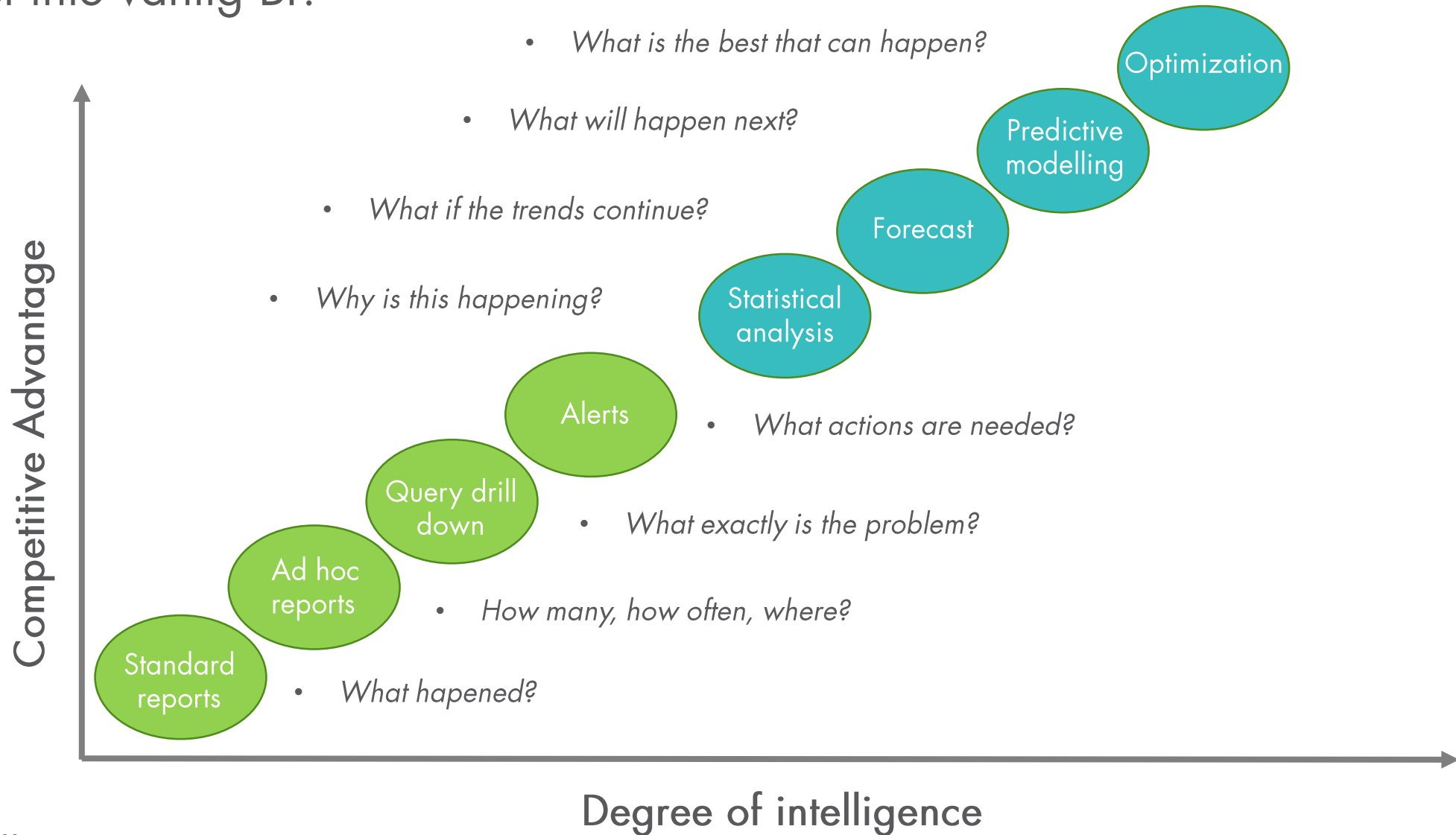


ACTIONBASE

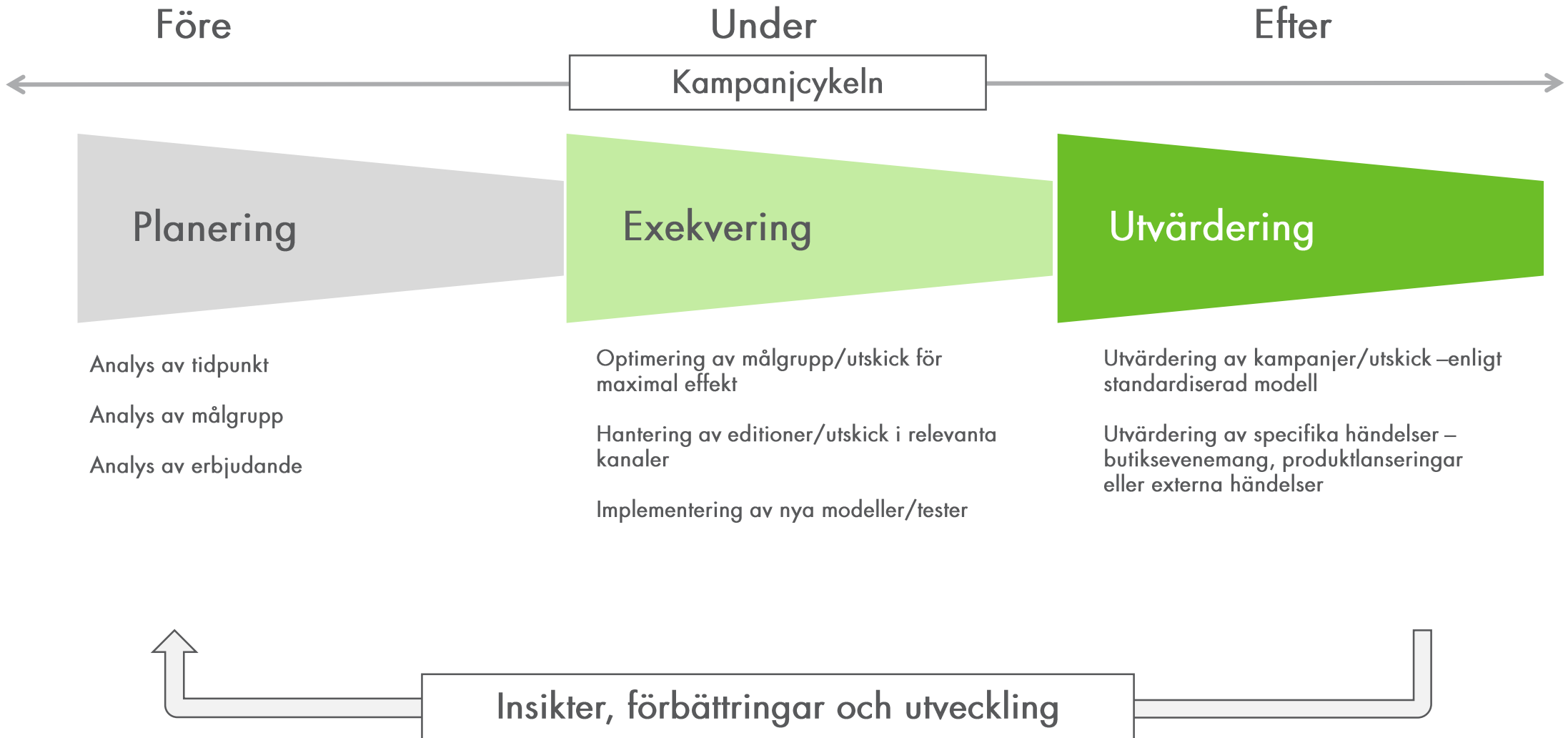
act on insight

Så sprider du kundinsikter inom organisationen för bättre beslutsfattande
20140919

Är det inte vanlig BI?

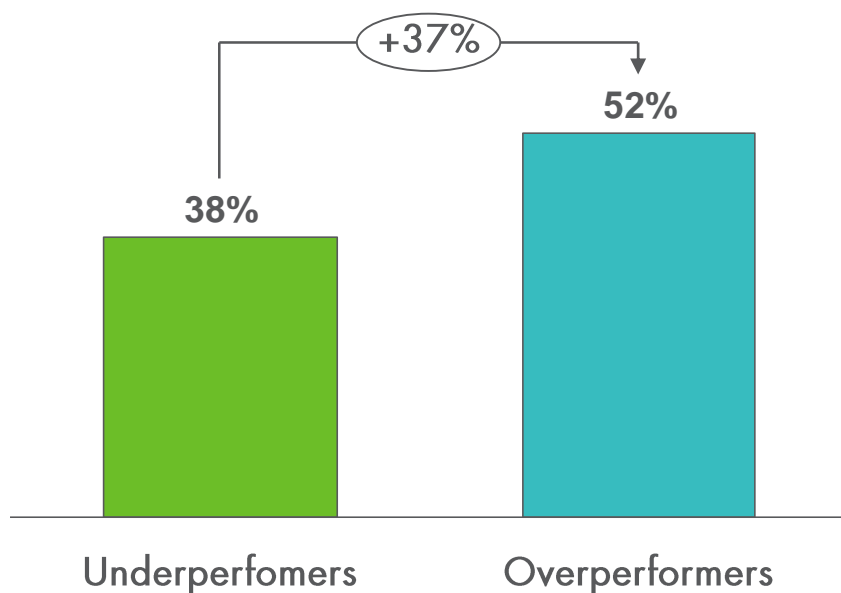


Kundfokus och data-driven marknadsföring i praktiken

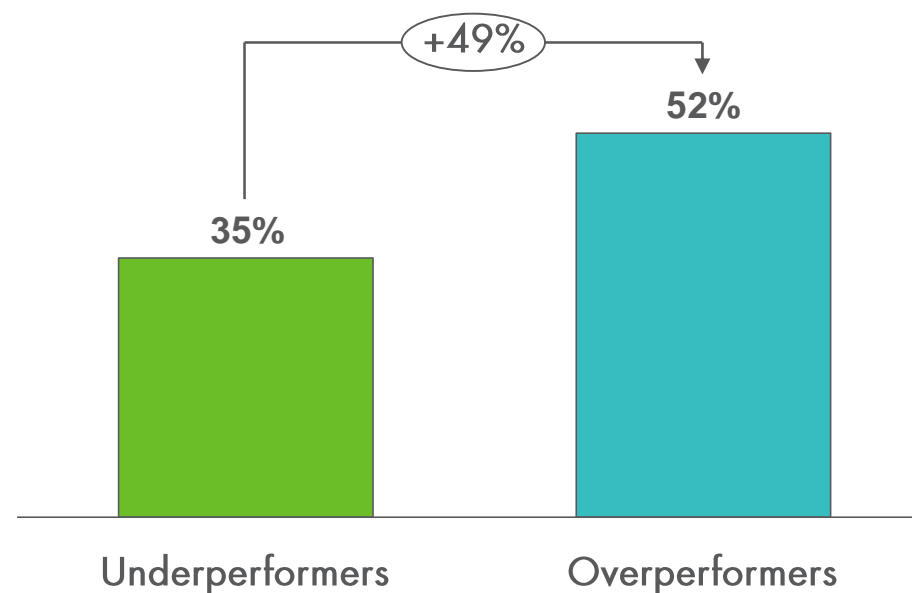


Marknad är en strategisk partner och inom marknad står kunddata i centrum

Andel av respondenter som säger att i deras organisation är marknad en strategisk partner för tillväxt.



Andel av respondenter som säger att deras organisation drar nytta av all data för att maximera effekten av marknadsföring



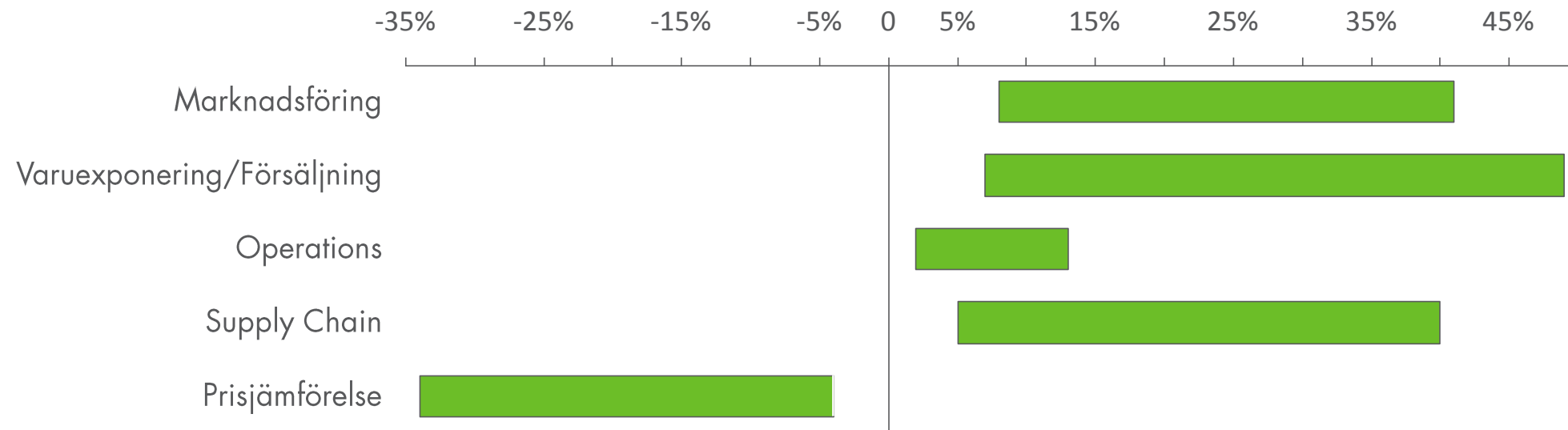
de Swaan Arons, M van den Driest, F Weed, K (2014, August). The Ultimate Marketing Machine. Harvard Business Review, 55-63.

'Marketing has become too important to be left just to the marketers. All employees, from store clerks to IT specialists, must be engaged in it.'

de Swaan Arons, M van den Driest, F Weed, K (2014, August). The Ultimate Marketing Machine. Harvard Business Review, 55-63.

Ett datadrivet arbetssätt kan få stora effekter på sista raden

Potentiell effekt på marginalen för företag som utnyttjar analys och data



McKinsey Global Institute, *Big data: The next frontier for innovation, competition, and productivity*, Maj 2011

Organisationen måste anpassa sig

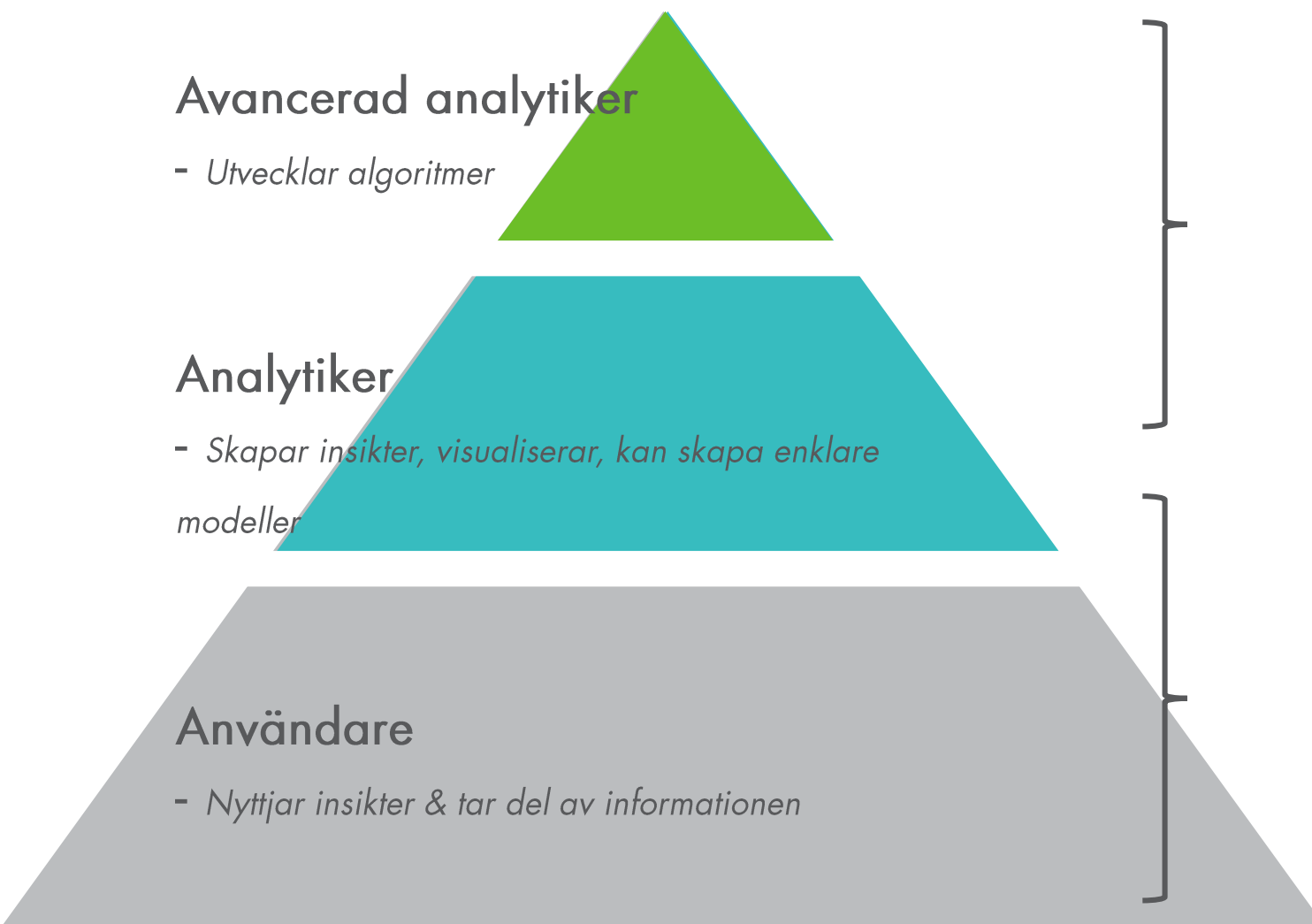


Kundupplevelse

Organisation



Organisationen som helhet och inte specifika anställda ska äga informationen



- *Utmaning:* Rätt kompetens är en bristvara

- *Utmaning:* Kräver utbildning och information på rätt nivå för olika typer av användare

Marknadsavdelningen blir en naturlig start



"I takt med att vi på marknadsavdelningen själva utvecklar vår förmåga till avancerade kundanalyser märker vi hur intresset ökar från andra delar i organisationen."
Marknadschef inom detaljhandel

Case: Flexibla och kundanpassade butiker

Utmaning: Internationell detaljhandelskedja. Höga lokalkostnader men förhållandevis låg konverteringsgrad undantaget vissa tidpunkter på dagen

Lösning: Kundbas som skiljer beroende på tid på dygnet. Butikerna anpassades för att kunna förändra innehåll i butik under dagen.

Resultat: Höjd marginal och ökad konverteringsgrad



Sammanfattning

- Insikter och arbetsätt som ofta finns inom marknadsavdelningen har stor potential inom andra avdelningar
- Forma en strategi för hur data ska samlas och utnyttjas.
- Kunddimensionen är viktig och adderar värde till i princip alla analyser
- Se till att så många som möjligt kan dra nytta av data och insikter – utbilda personalen

Tack!

Ola Ottosson
Anders Svensson

ola.ottosson@actionbase.se
anders.svensson@actionbase.se