



# Smartare Analys 2013



knowit



accenture  
High performance. Delivered.



Middlecon AB

STREAM-INTELCOM

Agera på *insikt*

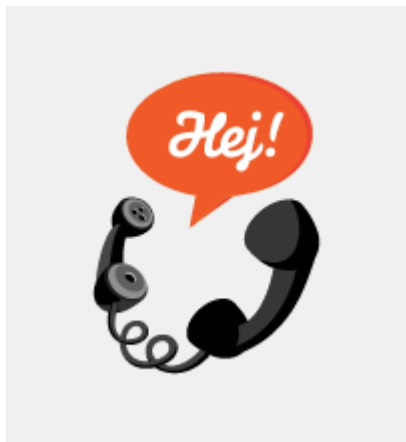
# Actionbase

är konsulter inom operativ och analytisk CRM och arbetar med Sveriges främsta företag inom respektive bransch.

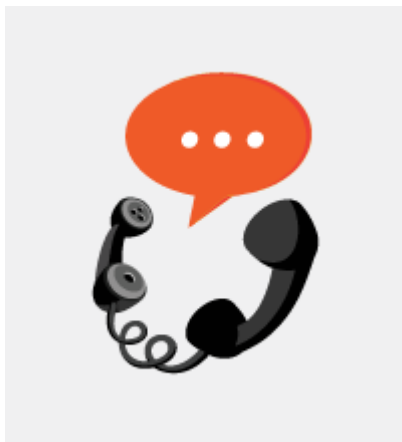
Henrik Nordström, Senior Analytiker    [henrik@actionbase.se](mailto:henrik@actionbase.se)

Mårten Tilosius, VD    [marten@actionbase.se](mailto:marten@actionbase.se)

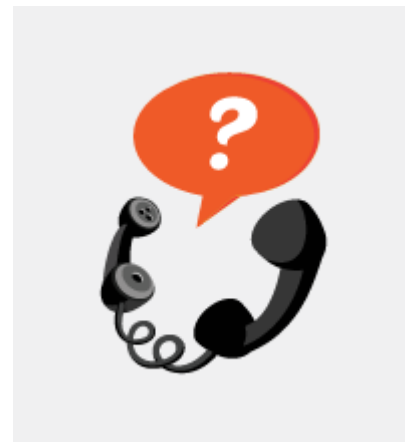
# Den här *frågan* ska vi lösa idag!



**KUNDEN RINGER  
IN**



**KUNDCENTER TAR  
EMOT ÄRENDET**

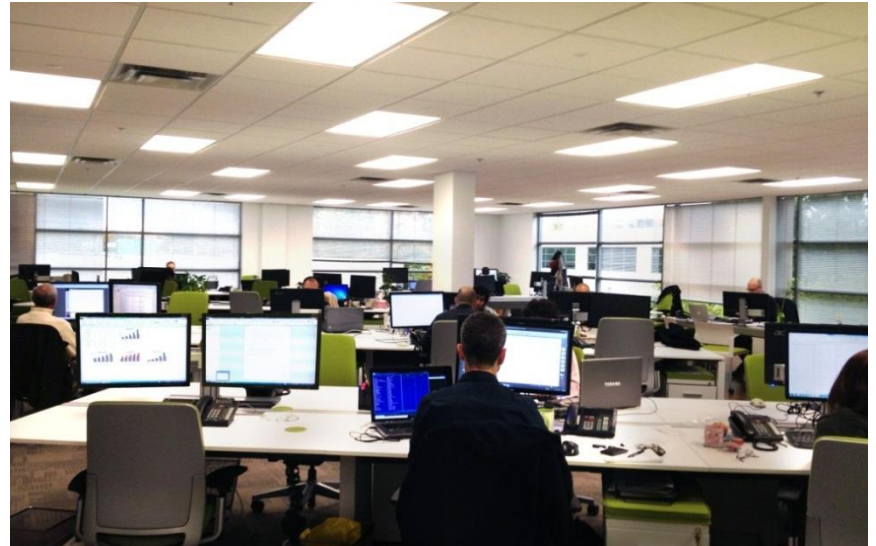


**KUNDEN ERBJUDS...**

*“Vad ska vi erbjuda i nästa kontakttillfälle initierat av kunden så att det blir bra både för kunden och oss?”*

# En vanlig dag på *marknadsavdelningen*

- KAMPANJPLAN
- KAMPANJMATERIAL
- INTEGRERING MELLAN KANALER
- VAD SOM KOMMER ATT HÄNDA
- VAD SOM HÄNT
- KUNDPROCESSER



*“Hur marknadsavdelningen arbetar beror på metod och möjligheter!”*

# Klassisk kampanjhantering utmanas av händelser i *realtid* ...

## *Utmanaren*

- KUNDER ÄR SELEKTIVA
- KORTA TIDSFÖNSTER
- MYCKET SKER ONLINE
- INITIERAS AV KUNDEN



*“Hur ska vi föra en relevant dialog med kunden?”*

# Window of Opportunity blir till *Moment* of Opportunity

*Det är "här och nu" det sker*

- TILLFÄLLET DIKTERAS AV KUNDEN
- KUNDERNA HAR FÖRVÄNTNINGAR OCH VÄLDIGT LITE TÅLAMOD
- BEGRÄNSAD TID ATT ÖVERFÖRA BUDSKAPET

*"Vi måste ha ett Business case för varje enskild kund – Vad ska vi erbjuda kunden vid nästa kontakttillfälle?"*

Metod som ger möjlighet till *relevanta* erbjudanden i realtid

NBO!

[Next Best Offer]



... genom att *synkronisera* behov och forma ett erbjudande!

### *Kunden*

- INTRESSEN
- BEHOV
- EKONOMI
- MM



### *Företaget*

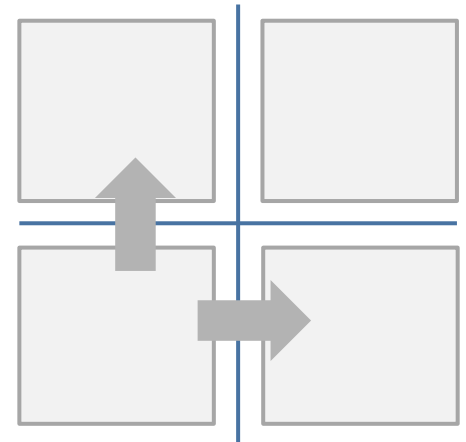
- AFFÄRSBEHOV
- CRM-STRATEGI
- REGELVERK
- MM



# Först bestämmer vi hur vill vi *utveckla* kunden!

## *Kundstrategi*

- MED KUNSKAPEN OM KUNDEN SÄTTER VI ETT MÅL MED KUNDRELATIONEN, EX.
- SKALL VI BREDDA ELLER
- UNDERHÅLLA RELATIONEN?



*Se det som önskad riktning i en segmentering!*

...räknar ut vad alla *erbjudanden* är värda

### *Erbjudanden mot kunderna måste värderas*

- ETT ERBJUDANDE DESIGNAS ATT STYRA MOT KÖP OCH/ELLER LOJALITET
- (VID AVANCERAD MODELLERING ANVÄNDS LIVSTIDSVÄRDESMODELLER FÖR MARGINAL OCH DURATION.)

*Förväntad Volym \* Marginal \* Duration = Värde*

... prognosticerar hur *benägen* kunden är att svara på ett erbjudande

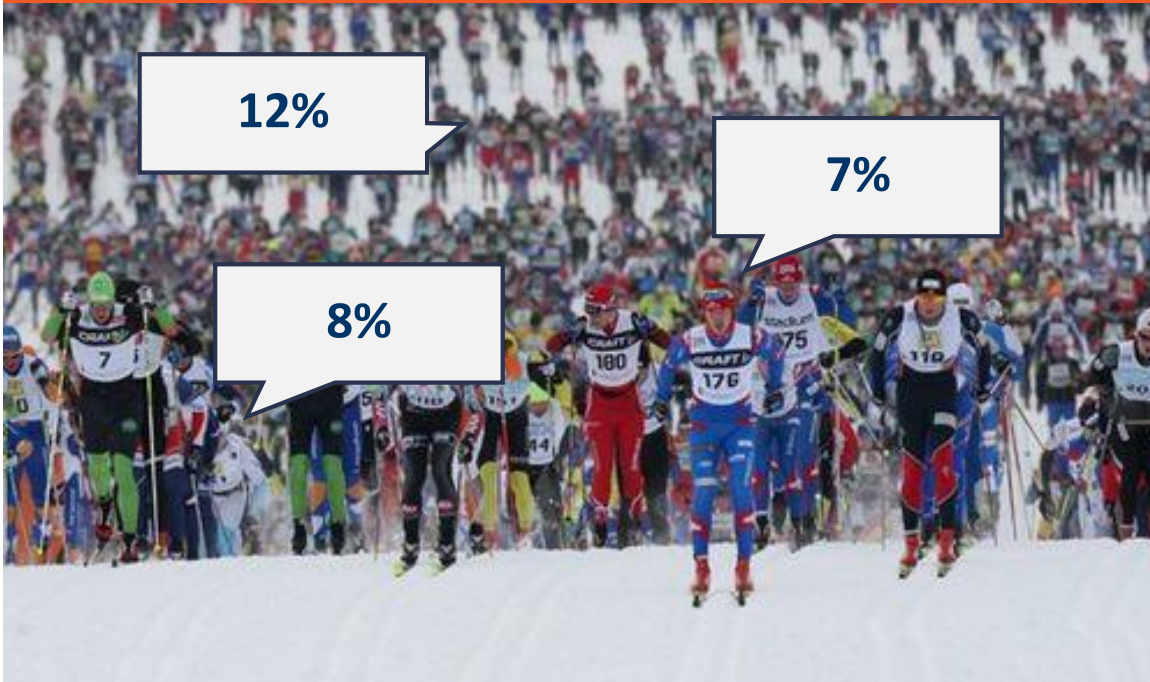
### *Benägenheten beror på*

- KUNDER KOMMER ENDAST ATT RESPONDERA PÅ FÖR DEM RELEVANT KOMMUNIKATION
- VI MÅSTE FÖRUTSPÅ DENNA SANNOLIKHET
- KUNDEN PÅVERKAR HÄRMED VAD VI SKALL ERBJUDA!

*Statistisk modellering ligger bakom – Scoring*

# Vad är egentligen *scoring*?

BERÄKNA DIN SLUTTID PÅ VASALOPPET



*“På motsvarande sätt går det att predicera benägenhet för köp”*

... prognosticerar hur *benägen* kunden är att svara på ett erbjudande

### *Benägenheten beror på*

- KUNDER KOMMER ENDAST ATT RESPONDERA PÅ FÖR DEM RELEVANT KOMMUNIKATION
- VI MÅSTE FÖRUTSPÅ DENNA SANNOLIKHET
- KUNDEN PÅVERKAR HÄRMED VAD VI SKALL ERBJUDA!

*Statistisk modellering ligger bakom – Scoring*

... och kontrollerar att vi *kan* ge kunden erbjudandet

*Regler att ta hänsyn till:*

- AFFÄRSREGLER
- KOMMUNIKATIONSREGLER
- HYGIENREGLER

*Reglerna är kategoriska: Ja / Nej*

Tillsammans ger detta det mest *relevanta* att erbjuda kunden = NBO



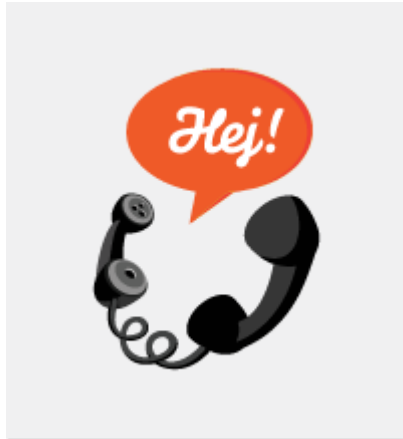
*Alla erbjudanden sorterat på viktat värde*

■ X-SÄLJ Produkt C	400
■ LOJALITET Rådgivning	375
■ U-SÄLJ Produkt B	250
...	
■ X-SÄLJ Produkt Q	0

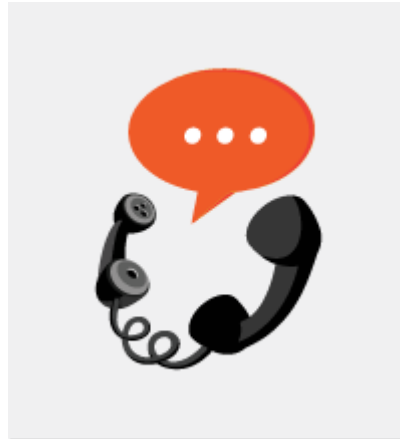
*Det mest relevanta just nu är erbjudande: X-Sälj Produkt C*



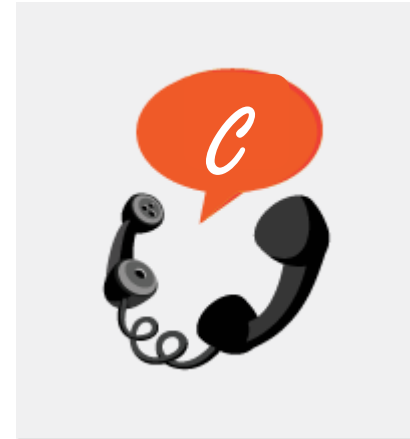
...och vi har *löst* dagens fråga!



**KUND RINGER IN**



**KUNDCENTER TAR  
EMOT ÄRENDET**



**KUNDEN SKALL ERBJUDAS:  
'PRODUKT C'**

*NBO hanteras i realtid för telefon, kassa, webb och mobilappar...*

# För vi har *klarat* av att

## *Med metoden*

- **MÖTA KUNDENS FÖRVÄNTNING**
- **DIREKT I SAMBAND MED KONTAKTEN**
- **SKAPAT VÄRDE FÖR KUND OCH FÖRETAG!**

*NBO hanteras i realtid för telefon, kassa, webb och mobilappar...*

# Agera på *insikt*

Henrik Nordström, Senior Analytiker    [henrik@actionbase.se](mailto:henrik@actionbase.se)

Mårten Tilosius, VD    [marten@actionbase.se](mailto:marten@actionbase.se)



# Smartare Analys 2013



knowit



accenture  
High performance. Delivered.



Middlecon AB

STREAM-INTELCOM