



ReThink

企業 突破力

落實創新，再造企業新局！



ReThink
企業 突破力

落實創新，再造企業新局！

洞悉顧客個人化需求，創造新金磚

謝千之

台灣IBM公司全球企業諮詢服務事業群 資深顧問

ReThink

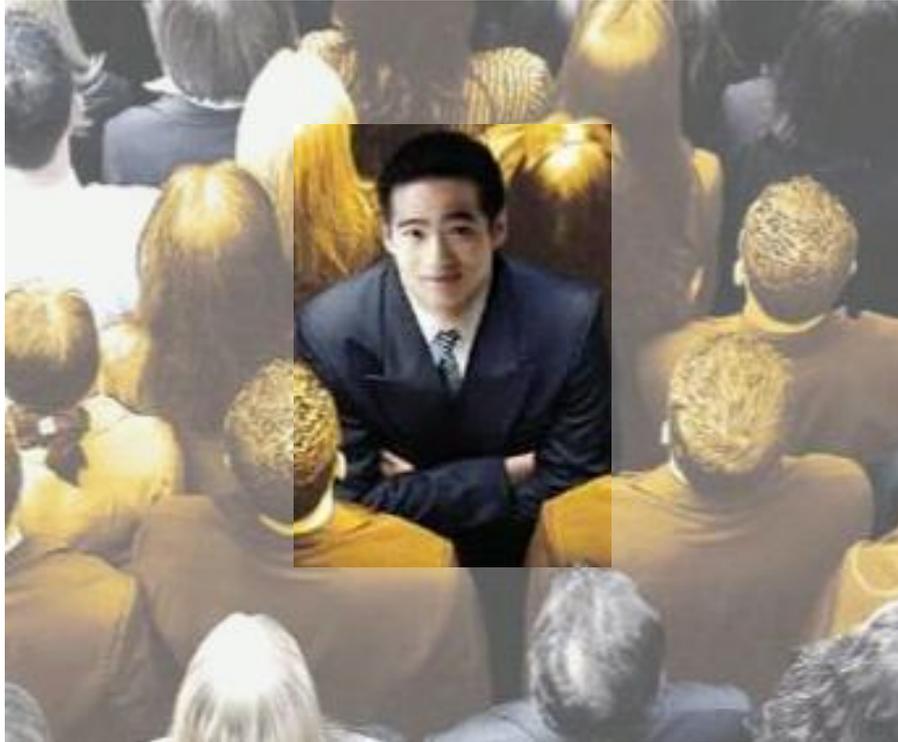


- 海量資料中找尋商機，我們做得夠多了嗎？
 - ✓ 金融業如何因應海量資料的世代
- 無所不在客戶的互動，我們究竟瞭解多少？
 - ✓ 創新世代的洞察分析該怎麼做
- 掌握資訊與洞察之後，我們應該做些什麼？
 - ✓ 轉化洞察為行動，才是創新的商機



相較於其他產業，10多年以來金融服務業具備取得顧客有效資訊的優勢

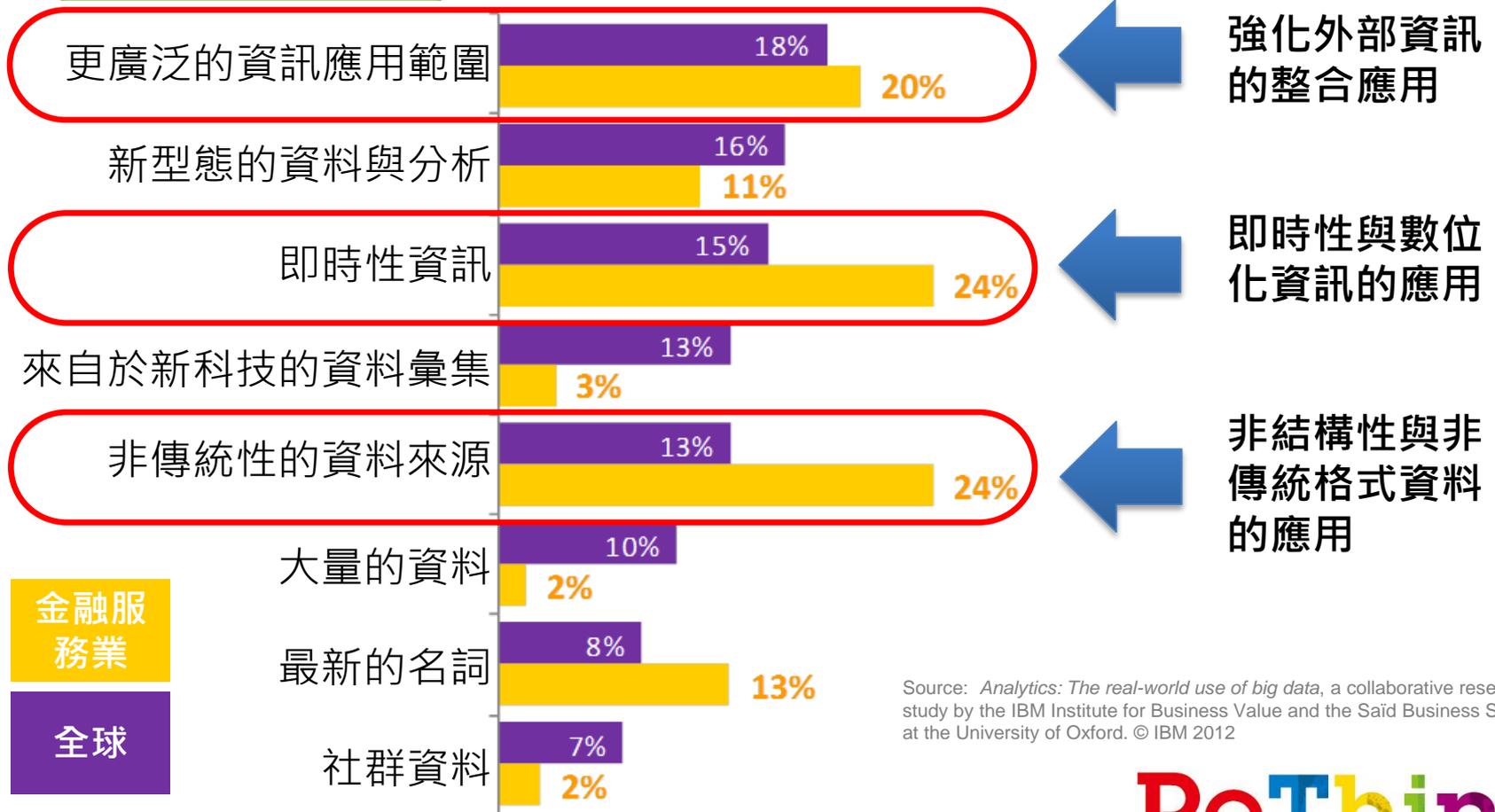
- 金融業對其顧客身份均能 有效識別
- 金融業能掌握客戶的 多種連繫方式
- 金融業的服務項目與顧客生活息息相關，掌握各式資訊
- 金融業容易 取得顧客的信任，並令其相信專業





IBM調查：對金融產業而言，海量資料的特點在於其外部性、即時性與來源多樣性

Big Data定義

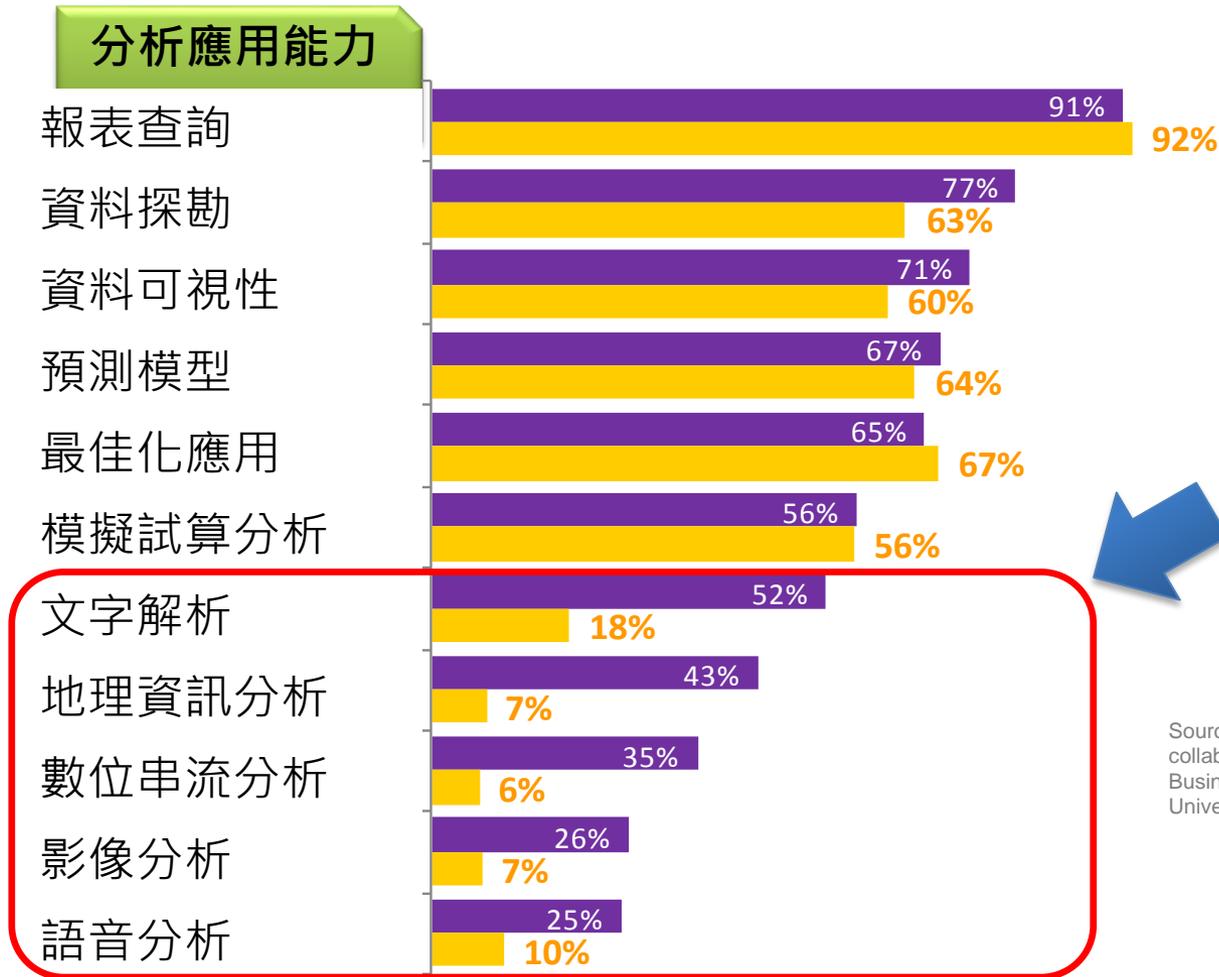


Source: Analytics: The real-world use of big data, a collaborative research study by the IBM Institute for Business Value and the Saïd Business School at the University of Oxford. © IBM 2012

ReThink



IBM調查亦發現：金融業對於海量資料應用所需要的分析能力仍然不足



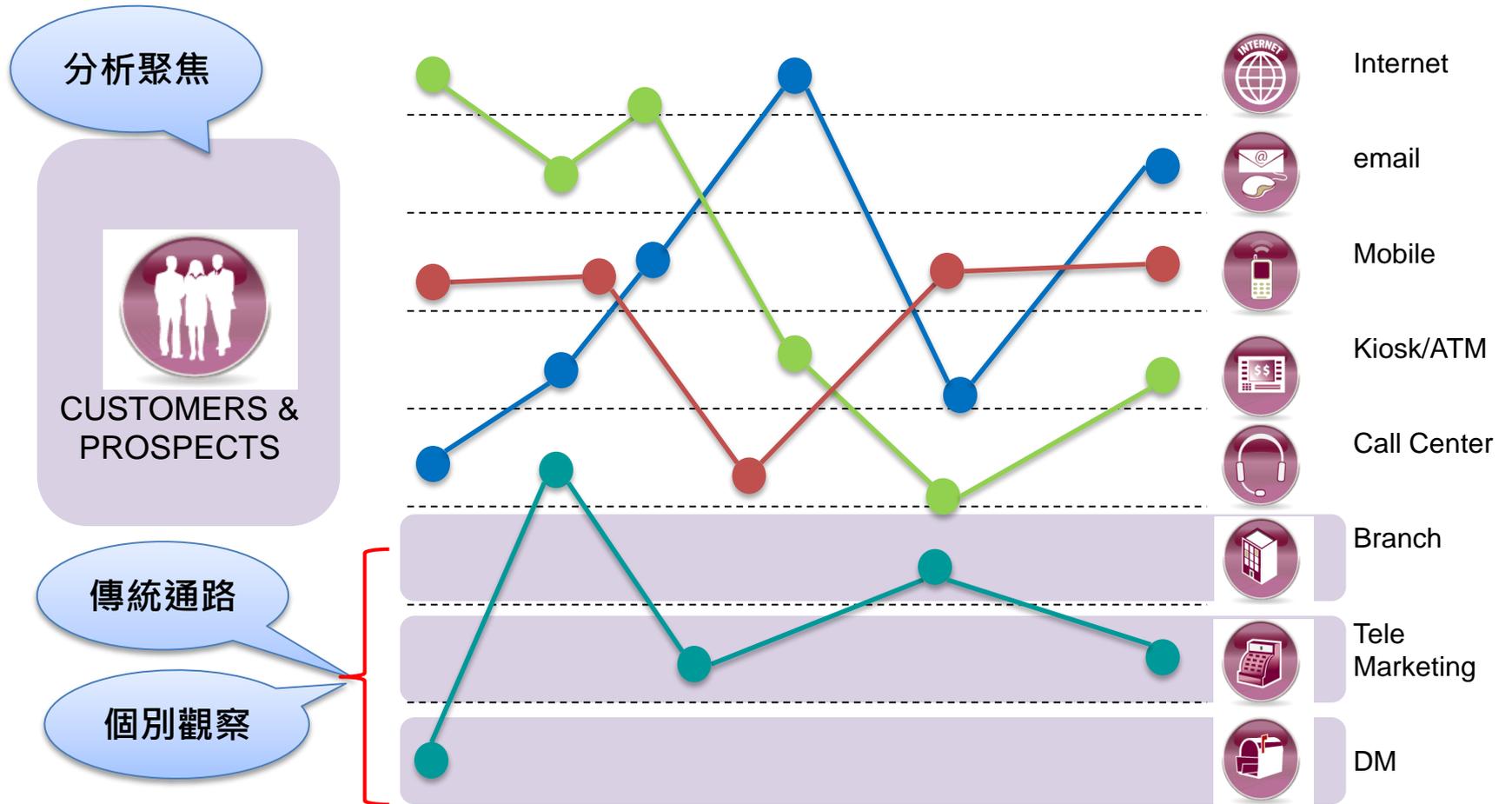
對於目前因應海量資料而生的新型態分析應用，金融業與其他產業相較仍有落差

Source: *Analytics: The real-world use of big data*, a collaborative research study by the IBM Institute for Business Value and the Saïd Business School at the University of Oxford. © IBM 2012

ReThink



在互動多元化與資訊多樣化的新世代，應用資訊創新產生優勢將是金融業者的重要課題

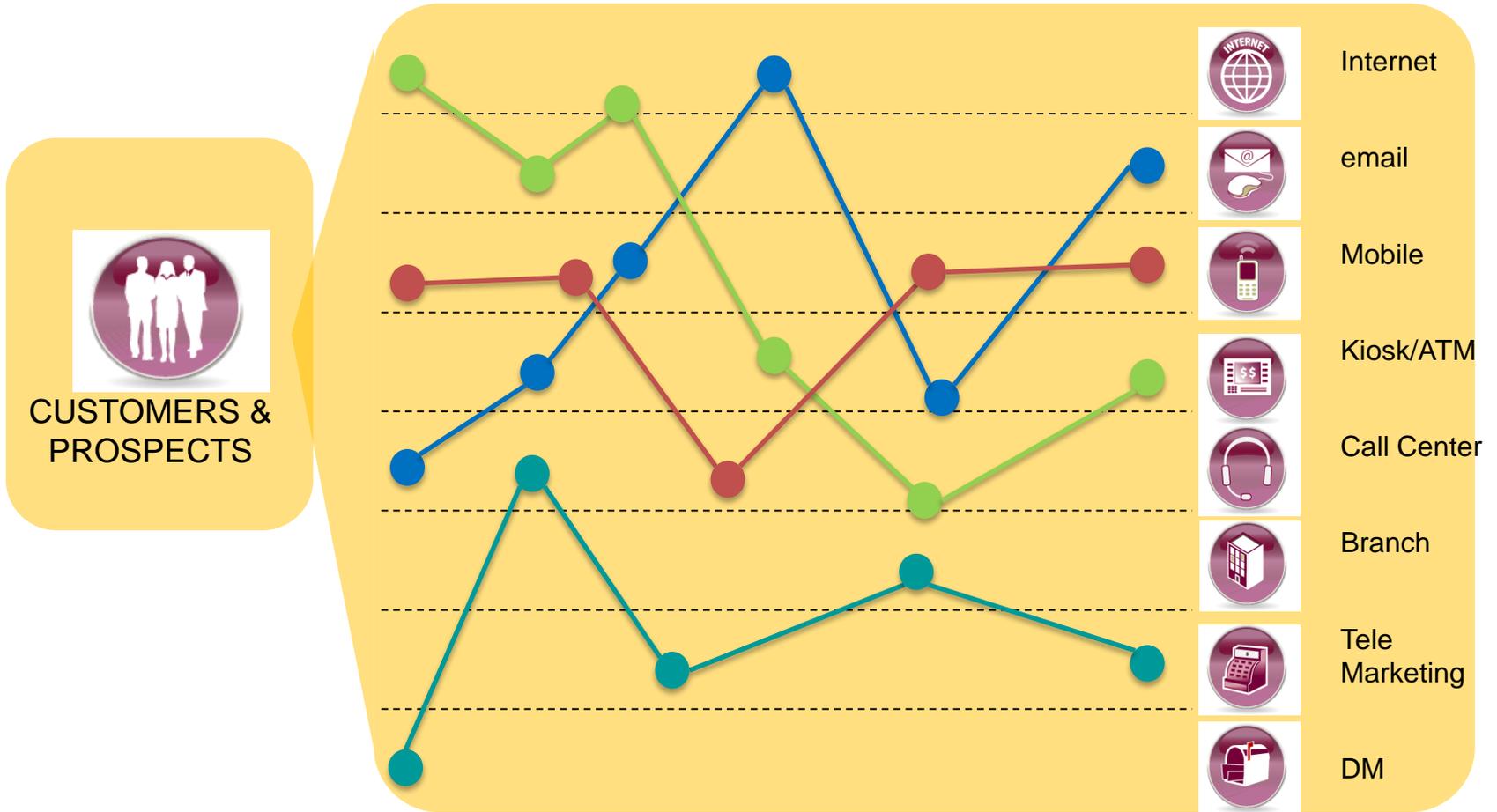


傳統分析領域與重點

ReThink



在互動多元化與資訊多樣化的新世代，應用資訊創新產生優勢將是金融業者的重要課題



CUSTOMERS & PROSPECTS

海量世代分析領域與重點

ReThink

行銷新世代發展重點：體系運作、注重整合與全面洞悉



Marketing is becoming
INSTRUMENTED



Marketing is becoming
INTERCONNECTED



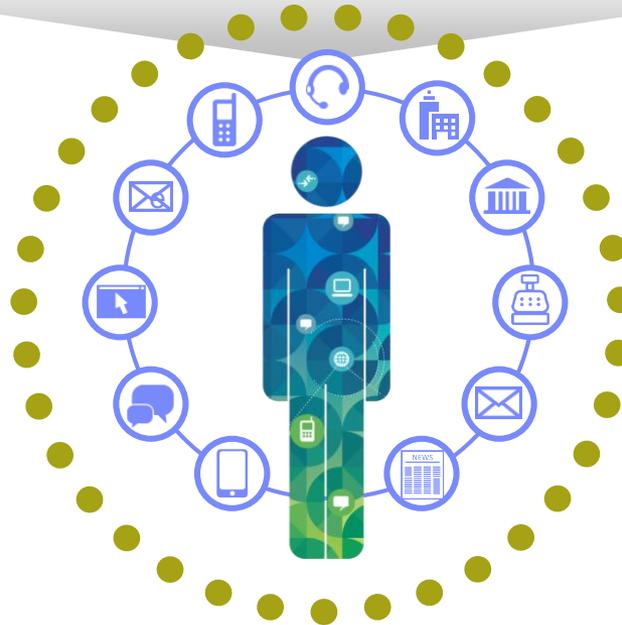
Marketing must become
INTELLIGENT

全方位行銷分析

360°客戶整合資訊

數位整合分析應用

網路社群資訊洞察



跨通路整合行銷

行銷資源整合管理

精準行銷方案管理

個人化互動行銷整合設計

Insight

Action





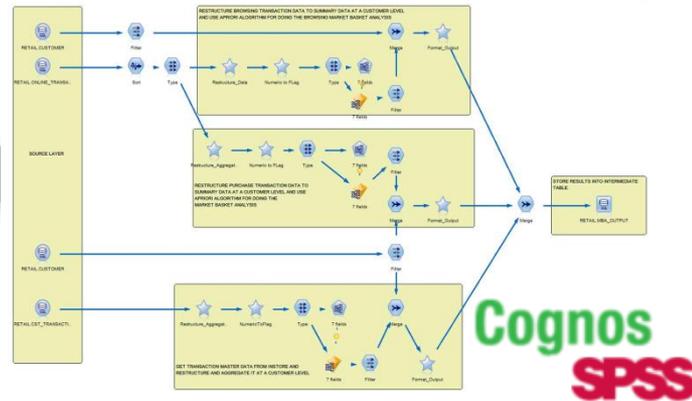
- 海量資料中找尋商機，我們做得夠多了嗎？
 - ✓ 金融業如何因應海量資料的世代
- 無所不在客戶的互動，我們究竟瞭解多少？
 - ✓ 創新世代的洞察分析該怎麼做
- 掌握資訊與洞察之後，我們應該做些什麼？
 - ✓ 轉化洞察為行動，才是創新的商機

360°客戶洞察分析是掌握顧客的基礎原則

顧客分群設計



資料探勘設計



折扣喜好型

行為特徵: 經常於早上9:30-11:00購買, 消費多為折扣商品
商品偏好: 生鮮食品, 喜歡兌換點數, 折扣商品



網路型

行為特徵: 只在網站與iPhone有使用記錄
商品偏好: 多樣



上班族單身型

行為特徵: 購買紀錄集中於9:00以前與18:30以後, 每次購買品項多為鮮食, 折扣商品低度反應
商品偏好: 調理速食, 酒類



粉領貴族

行為特徵: 常於網站網購, 購買紀錄集中於18:30以後
商品偏好: 低卡快餐食品, 水果, 女性用品, 健康茶品



隨機購買型

行為特徵: 購買次數低, 購買紀錄分佈多家分店
商品偏好: 飲料, 零食, 電池



客群經營計劃

客群行為分析

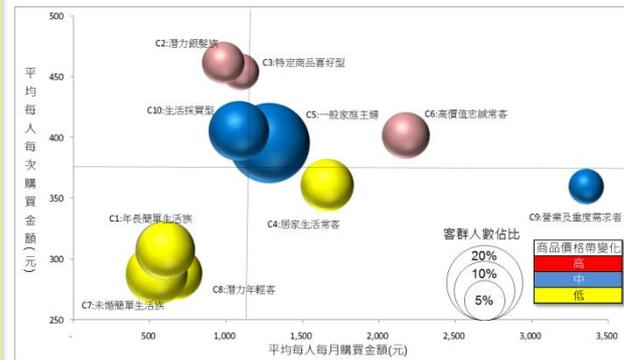


多元互動技術喜好者

系統整合記錄

- 常買早晚餐
- 曾於Kiosk繳交燃料稅
- 有網路商城帳號
- 兌換高點數
- 頻繁使用iPhone App
- 有買過涼感衣

客製服務



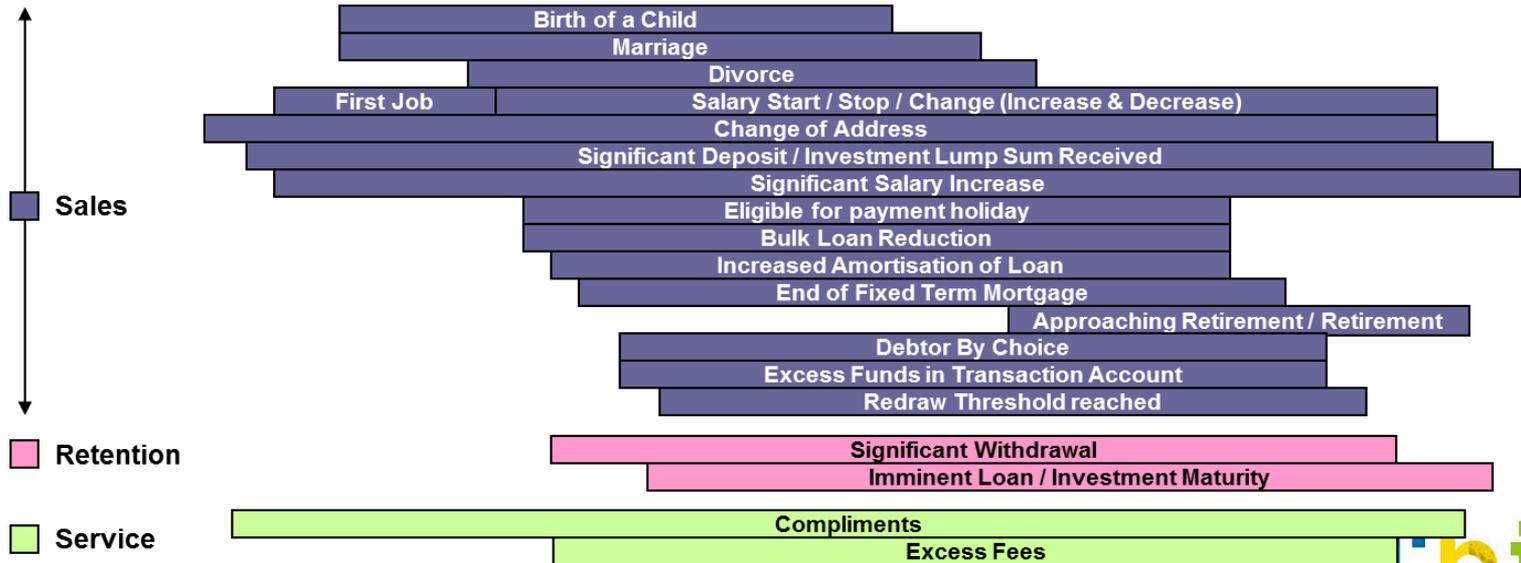
分群觀察與分析





唯有掌握事件，才是探索客戶需求的最佳時刻

illustrative customer segments	Saving Short Term & Investing Long Term		Wealth Accumulation		Wealth Preservation	
	<u>Youth & Children</u>	<u>New Workforce</u>	<u>Builders</u>		<u>Pre-Retirees</u>	<u>Retirees</u>
	<ul style="list-style-type: none"> Age 17-24 No / min income Study/NS 	<ul style="list-style-type: none"> Age 25-30 Single / Married w/o kids Low financial commitment High spenders 	Age 31-55, Income growth Family & Home			
			<u>New</u>	<u>Established</u>		
			<ul style="list-style-type: none"> Age 31-40 Married with young kids Growth in financial commitments and income 	<ul style="list-style-type: none"> Age 41-55 Married with older kids High disposable income 	<ul style="list-style-type: none"> Age 56-60 Lower financial commitments High disposable income 	<ul style="list-style-type: none"> Age > 62 No / min employment income Living off accumulated wealth



掌握事件分析的案例：400%的業績成長 - 新加坡華僑銀行



商業契機

- 分析師預測在未來亞洲區域的消金業務將有近**1800**億美元商機的成長，這些成長來自於那些正在崛起的潛力客群。
- 華僑銀行希望能在其中找到自己的定位，並掌握到這些成長的商機
- 華僑銀行瞭解在未來有必要轉型為客戶導向組織，但首要任務必須先對其既有的**300**萬客群更加瞭解。

解決方案

- 華僑銀行運用分析去瞭解該做些什麼才能激發客戶需求
- 藉由分析客戶歷史資料，例如帳戶查詢次數以及探些一些顯著的行為模式與事件，建置事件式行銷的啟動機制。華僑銀行採用大量的客製化行銷溝通訊息，鎖定多樣化的客戶事件，提供符合其需求的服務與產品。

成效

- 此一策略至今能獲得廣泛的成功，在整體行銷回應率上有**45%**的成長，並且在跨售的成果上取得**60%**的成長。
- 透過資料分析應用的而產生的行銷活動，帶來了**400%**的業績成長
- 行銷活動數量成長**273%**，而其中大多數的行銷規劃都是針對存在特殊需求的客群或個體而設計的



透過數位行銷整合分析：蒐集數位行為資訊，完備虛擬世界行為的掌握與洞察



On average, an individual may be exposed to anywhere from 100 to 500 ads per day.



ReThink

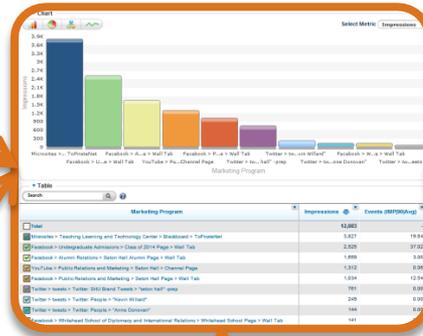


數位行銷整合分析應用重點：虛實整合、標竿比較、數位行為與網絡關聯

顧客虛實行為整合資訊分析



瞭解網站與行銷方案的因果關聯，建立對數位客群的洞察



社群效應分析

	Term / Tweet	Count	Feed Name
<input checked="" type="checkbox"/>	furniture	17	-
<input checked="" type="checkbox"/>	ashley	2	-
<input checked="" type="checkbox"/>	chocolate	2	-
<input checked="" type="checkbox"/>	didn	2	-
<input checked="" type="checkbox"/>	#busyday	1	-
<input checked="" type="checkbox"/>	11	1	-
<input checked="" type="checkbox"/>	allergic	1	-

同業/競爭者的標竿比較分析



客群行為觀察分析

Shoppers	1x Buyers	2x Buyers
Unique Visitors 34,215 (22.0%)	Unique Visitors 17,034 (11.0%)	Unique Visitors 6,375 (4.1%)
Days to Reach 32.4	Days to Reach 43.9	Days to Reach 111.2
Sessions to Reach 3.8	Sessions to Reach 5.9	Sessions to Reach 13.8
More Metrics	More Metrics	More Metrics



網頁行為流向動向對行銷效果之衝擊分析



整合數位分析的案例：動態數位行銷- 義大利BPER銀行集團



解決方案

- BPER透過半即時性的網路分析機制創造了一個動態的網路銀行，提供客戶各式客制化方案，向客戶證實BPER瞭解客戶，知道什麼是他的需要。
- 透過傳統行為數據與線上行為資料的整合，對既有的客戶進行重新分群，並持續觀察客群的反應，即時調整因應對策。

商業契機

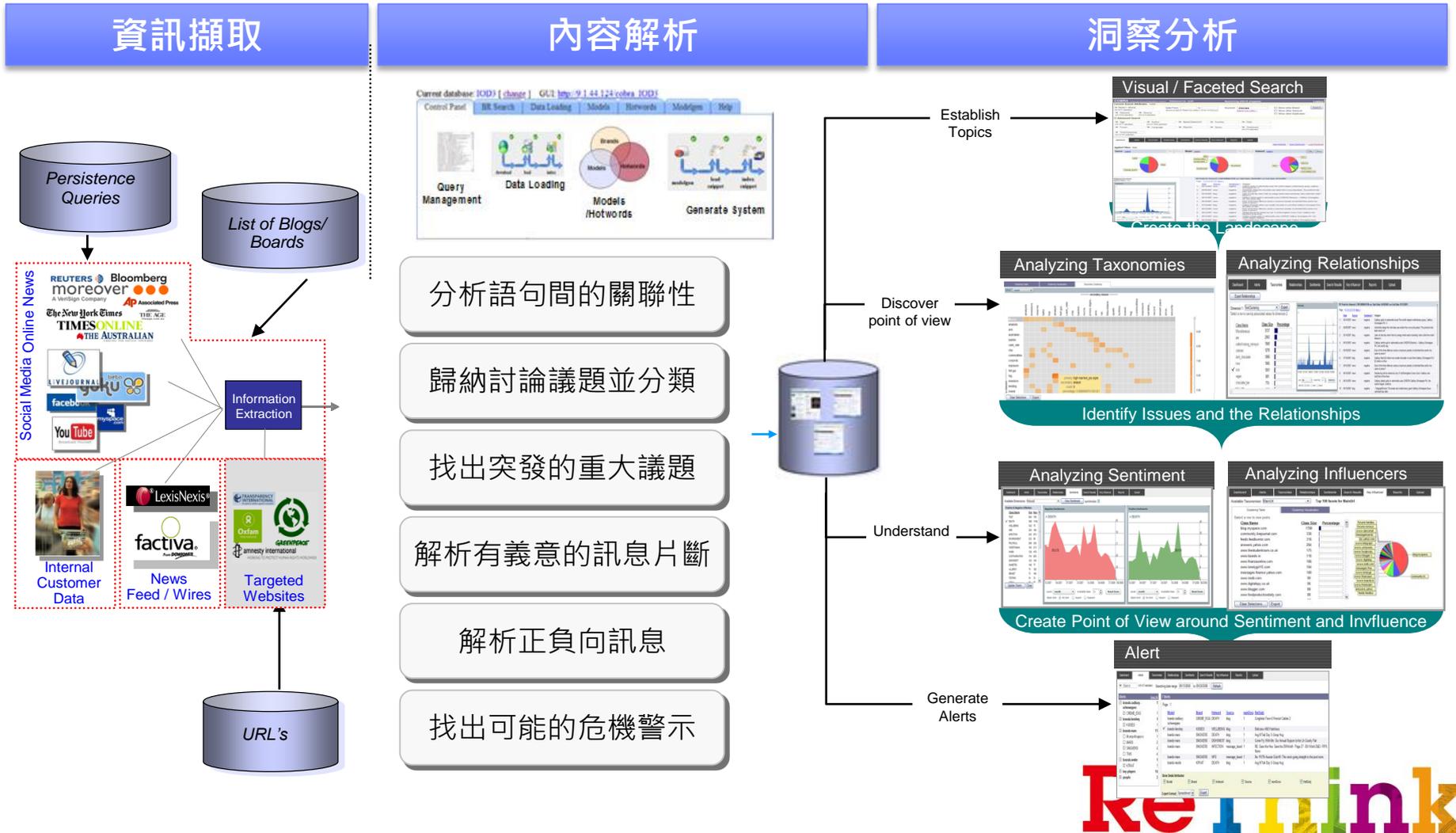
- BPER Group是義大利第六大規模的銀行(以分行數計算)，分行家數超過1300多家。同時是義大利第三大規模的企金銀行業者，涵蓋大部份的義大利區域。
- 2008年金融海嘯後，義大利的銀行業者面臨龐大的市場壓力。各銀行業者試圖找尋金融市場的新商機，並取得差異化的競爭優勢。

成效

- 行銷活動成功率大幅提升，每位客戶平均貢獻度以及新客戶的開發獲得大量成長。
- 新客戶開發成本減少，對於新地域客源的開發已形塑一套標準做法。
- 提供通路經理對於新客群的開發一套預先部署的策略。讓BPER在新商機的掌握上領先競爭者。

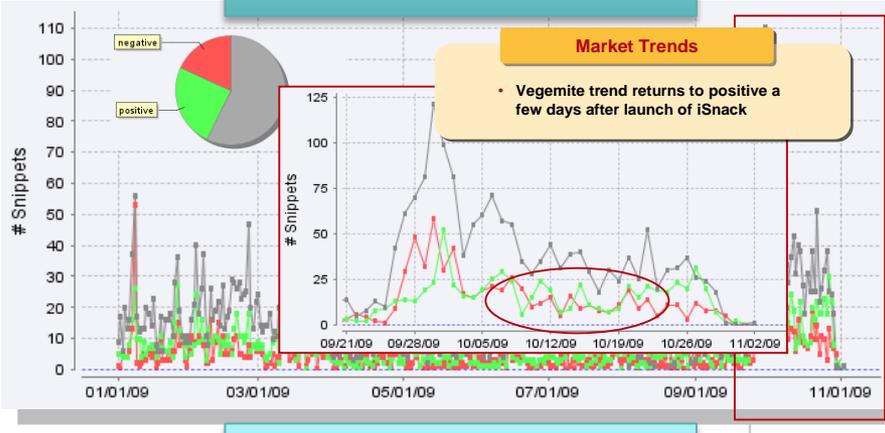


網路社群洞察分析 : 擷取網路文字資訊，分析語義與字句，進而挖掘有意義的資訊

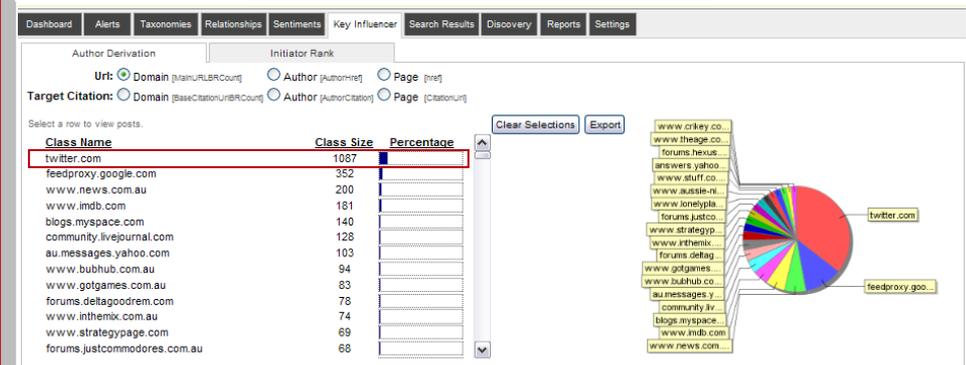


網路社群洞察分析應用重點：趨勢、熱點、口碑與群聚觀察

議題趨勢分析



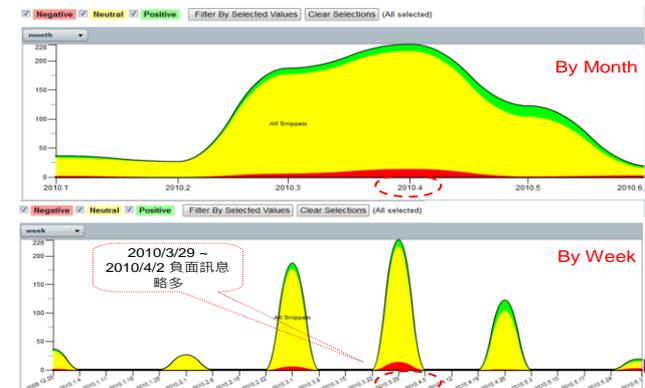
消費者群聚網站分析



市場熱點分析

Brand	Advertisements	Complaints Handling	Contaminant ion	Customer Service	Employees	Expensive	Food Packaging	Hate	Infection	Love	Polite	Promotions / Coupon	Recall	Rude	Value for Money	Wait Time	GM / Additives
JC Penney	4	8	1	1	2	3	7	2	1	14	37	46	1	7	2	13	
K-Mart	18	8	3	11	21	6	4	14	10	27	49	56	2	33	16	22	
Kohl	14	43	5	8	12	11	10	29	10	127	145	62	7	69	16	38	2
Macy's	44	57	8	21	218	38	20	46	26	133	294	107	4	91	76	85	5
MultiBrand	166	261	37	70	261	283	108	359	90	492	1088	452	36	392	444	306	22
Sears	41	63	8	20	168	14	15	42	3	51	155	62	5	58	33	54	1
Target	227	262	18	71	393	144	105	249	59	565	626	709	47	331	184	330	19
Walmart	291	1043	59	132	609	520	199	1251	379	1587	3362	860	94	1585	1457	1137	76

口碑分析





多重資料源分析應用案例：百萬美金的效率提升效益 – 某跨國保險公司



商業契機

- XX全球保險公司期望透過蒐集客戶聲音與分析內部的非結構性資料，來達到降低理賠時的損失率、打擊詐欺事件，進而能維持準備部位的最佳化。

解決方案

- 透過追蹤15個不同的資料來源，與回溯過去15年的資訊，探索那些理賠損失與保單異動的個案。
- 同時觀察結構性與非結構性資料，建立相關搜尋知識庫的基礎。
- 透過各個資料庫與應用統間的反覆驗證，建立一套事實參考的版本依據

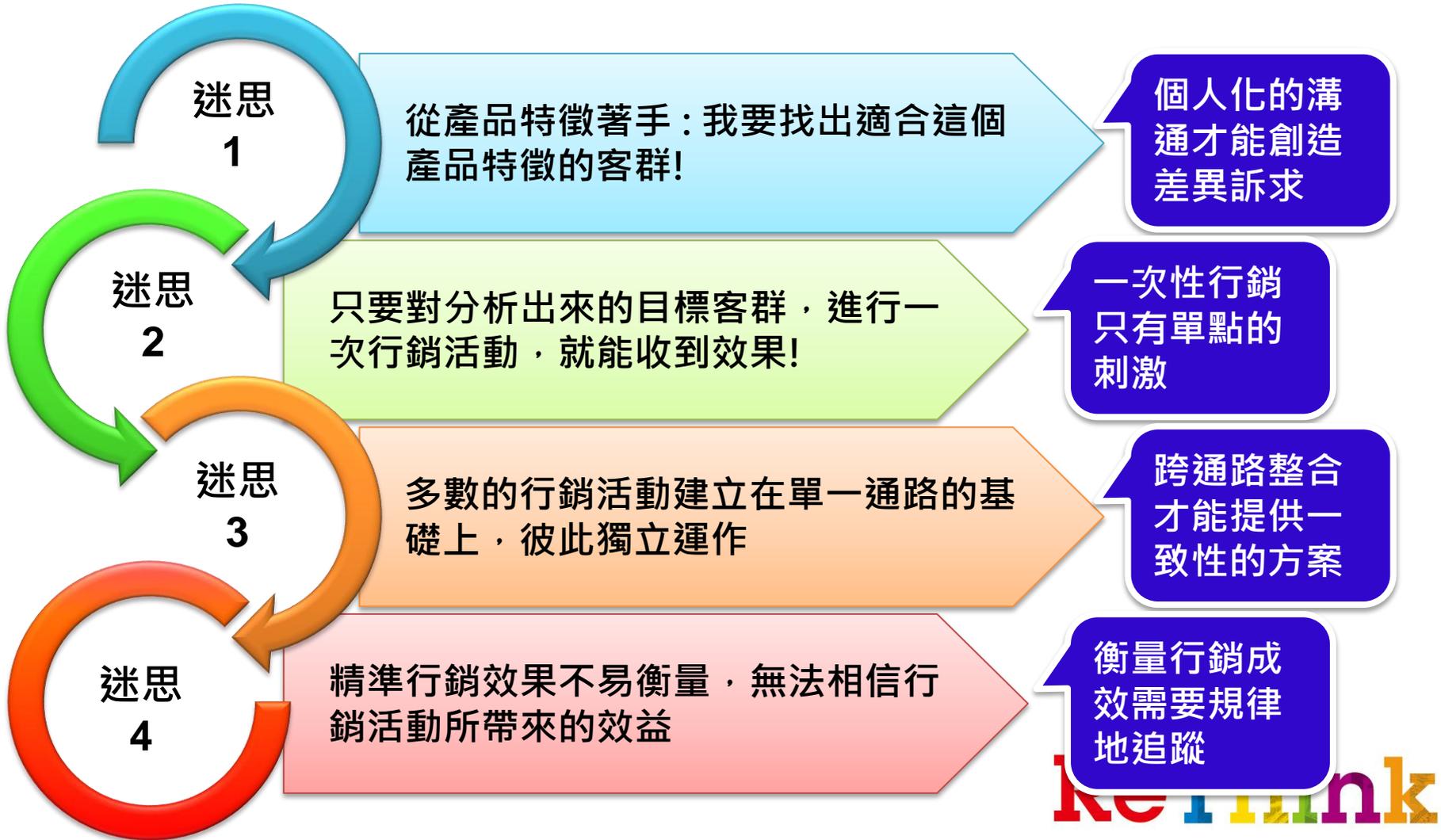
成效

- 透過對於過去未曾涵蓋的資料源的觀察，找出新的異常行為模式，大幅改善風險模型的效率。
- 更精確地掌握理賠損失的影響因子，將準備部位控制在最佳水準。
- 建置更精準的風險自動控制程序，節省數百萬美元的成本。



- 海量資料中找尋商機，我們做得夠多了嗎？
 - ✓ 金融業如何因應海量資料的世代
- 無所不在客戶的互動，我們究竟瞭解多少？
 - ✓ 創新世代的洞察分析該怎麼做
- 掌握資訊與洞察之後，我們應該做些什麼？
 - ✓ 轉化洞察為行動，才是創新的商機

行銷迷思：產品導向+資料分析+一次行銷=精準+效益??





成功的創新源自於紀律：唯有結合流程與執行平台，才是有效率的行動

名單執行

項目構想

分析驗證

效益追蹤及分析

活動執行前準備

行銷成效報表

	Total Response Count	Total Contact Count	# of Opens	# of ClickThrus
Spring Promo 3243	16668	247852	97321	13223
Spring Promo 3243-E	13406	109886	97321	13223
Spring Promo 3243-M	1778	87412		
Spring Promo 3243-C	1271	50954		
AccountUpgrade-Full Member 1401	1484	13223	13199	4478
AccountUpgrade-Gold Me	12	3114	1055	201
TellAFriend 5556	111	16302	5003	
SendToAFriend 9257	220	3225	998	117
Offer Total	21382	284291	133161	24757

探索顧客資料

名單準備

優惠活動設計

顧客基本資訊

過去行銷成效

行銷活動管理平臺(IBM Campaign)

ReThink



創新動能的累積源自於：有效的資源管理與彈性、迅速的行動反應

行事曆
控管

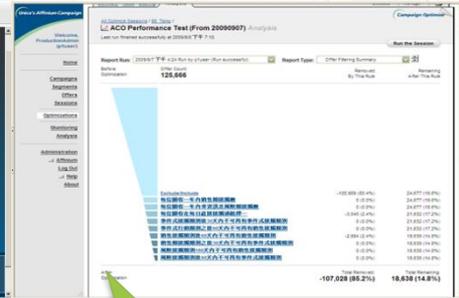
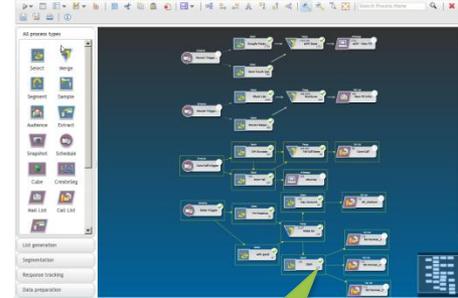
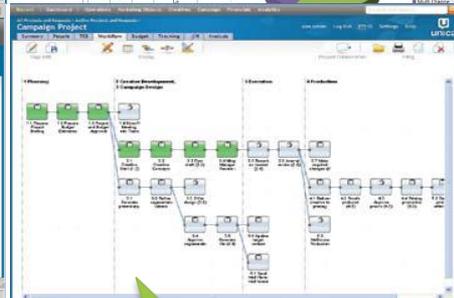
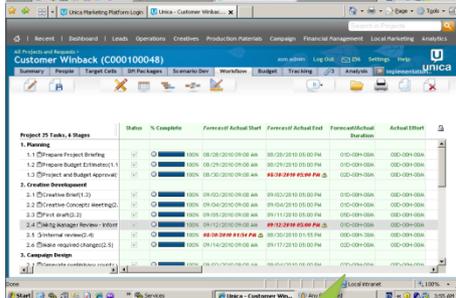
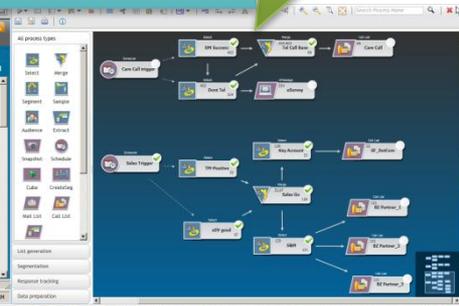
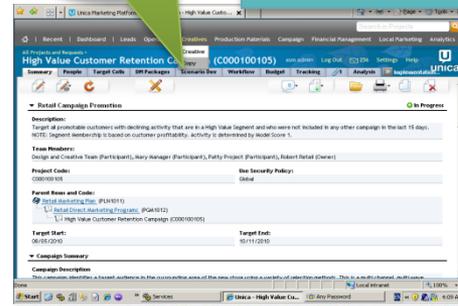
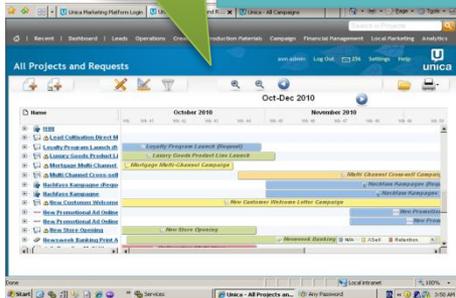
行銷資源管理

成效追蹤

資源控管

行銷活動設計安排

多階段行
銷程序



參與角色
進度

流程掌握

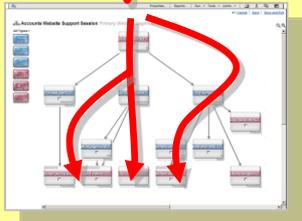
多樣化行
銷方案

最佳化
調整



建立差異化競爭優勢：即時互動、個人化的最適推薦

Interact

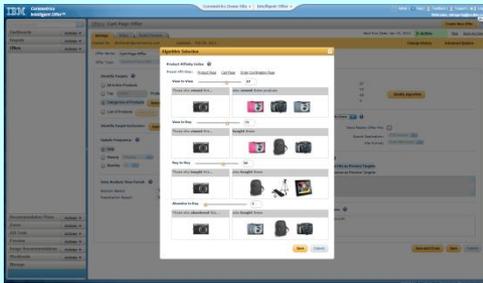


Segment: **Rate Sensitive**

Product	Rate	Offer	Match
Product 1	Rate 1	Offer 1	Match 1
Product 2	Rate 2	Offer 2	Match 2
Product 3	Rate 3	Offer 3	Match 3
Product 4	Rate 4	Offer 4	Match 4
Product 5	Rate 5	Offer 5	Match 5
Product 6	Rate 6	Offer 6	Match 6
Product 7	Rate 7	Offer 7	Match 7
Product 8	Rate 8	Offer 8	Match 8
Product 9	Rate 9	Offer 9	Match 9
Product 10	Rate 10	Offer 10	Match 10

Best Offer: **Lower rate incentive**

Intelligent Offer



Matching Product: **2 Examples**

Towne Bank

Get Best Offer and Cross-Sell Products

Home Personal
Search GO

En Español | Select Region | Text Size

Faster Online Payments are here!

Online Banking Login

Login here to access all of your account information online.

Personal / Small Business

[Help](#) | [Forgot Password?](#)
[Enroll](#) | [Demo](#)

Find the products and services that meet your needs.

How much do you need to borrow?

\$0

Products & Services

- [Home Equity Loans](#)
- [Home Equity Lines](#)
- [Mortgages](#)

[View all products & services](#)

Security & Privacy

Citizens Bank takes security seriously. Your information stays safe with us.

- [Online Fraud Prevention Center](#)
- [Prevention Tips](#)
- [Security Information](#)
- [Privacy](#)

Find a Branch/ATM

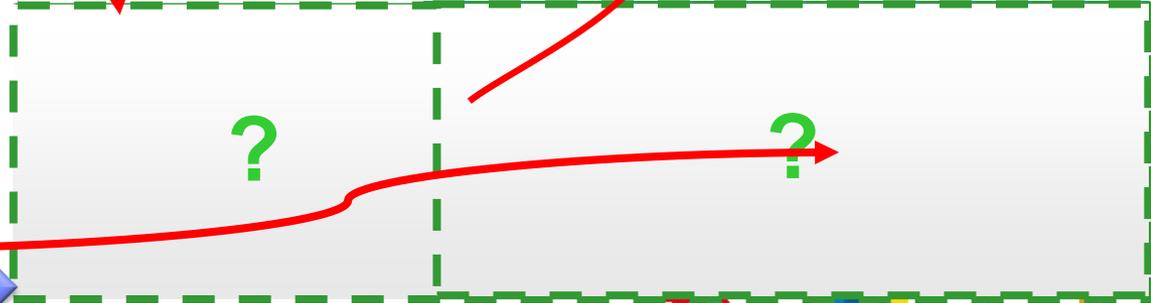
City, State or Zip

Apply Now!

Choose one

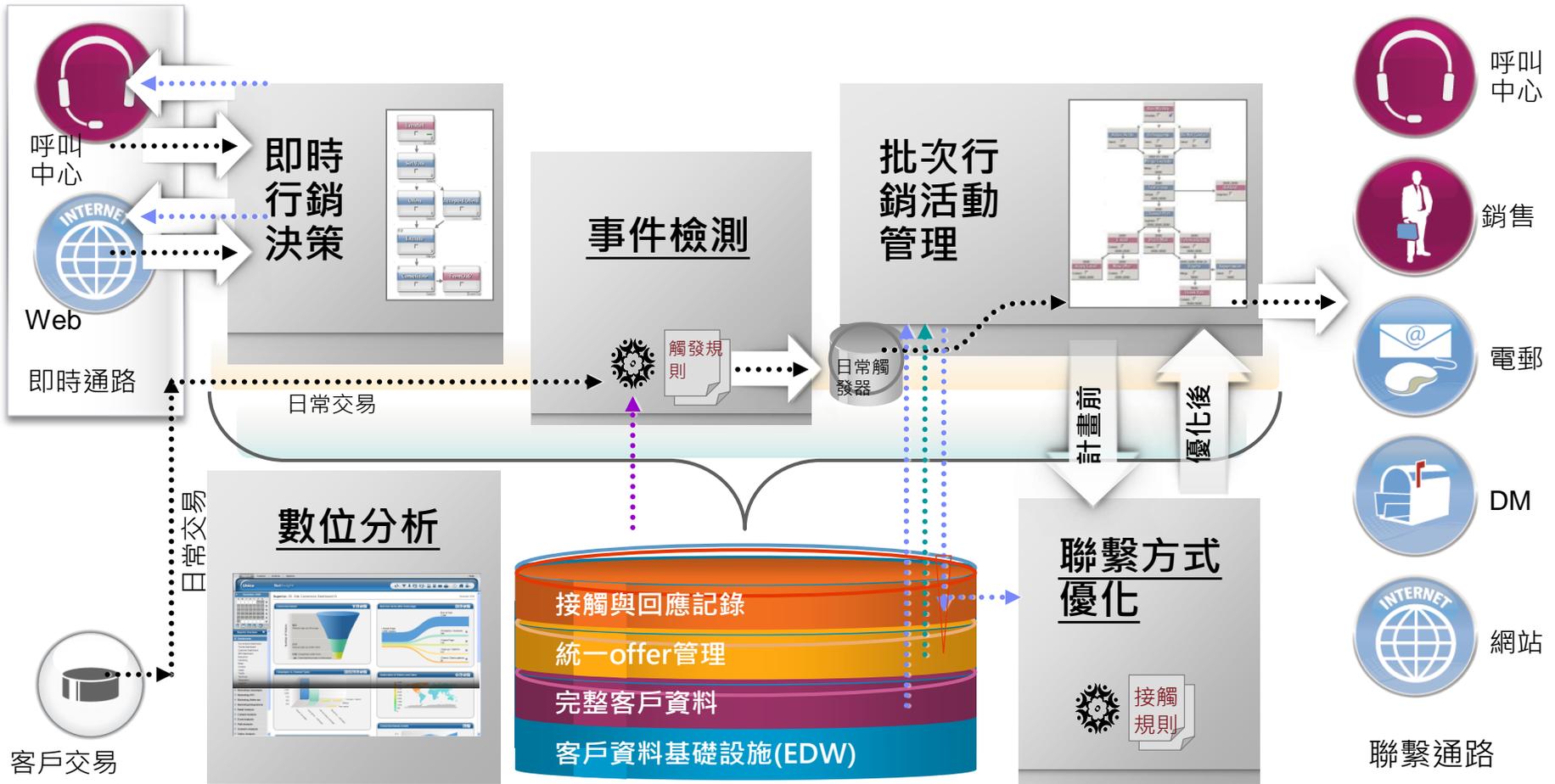
Products & Services

Choose one





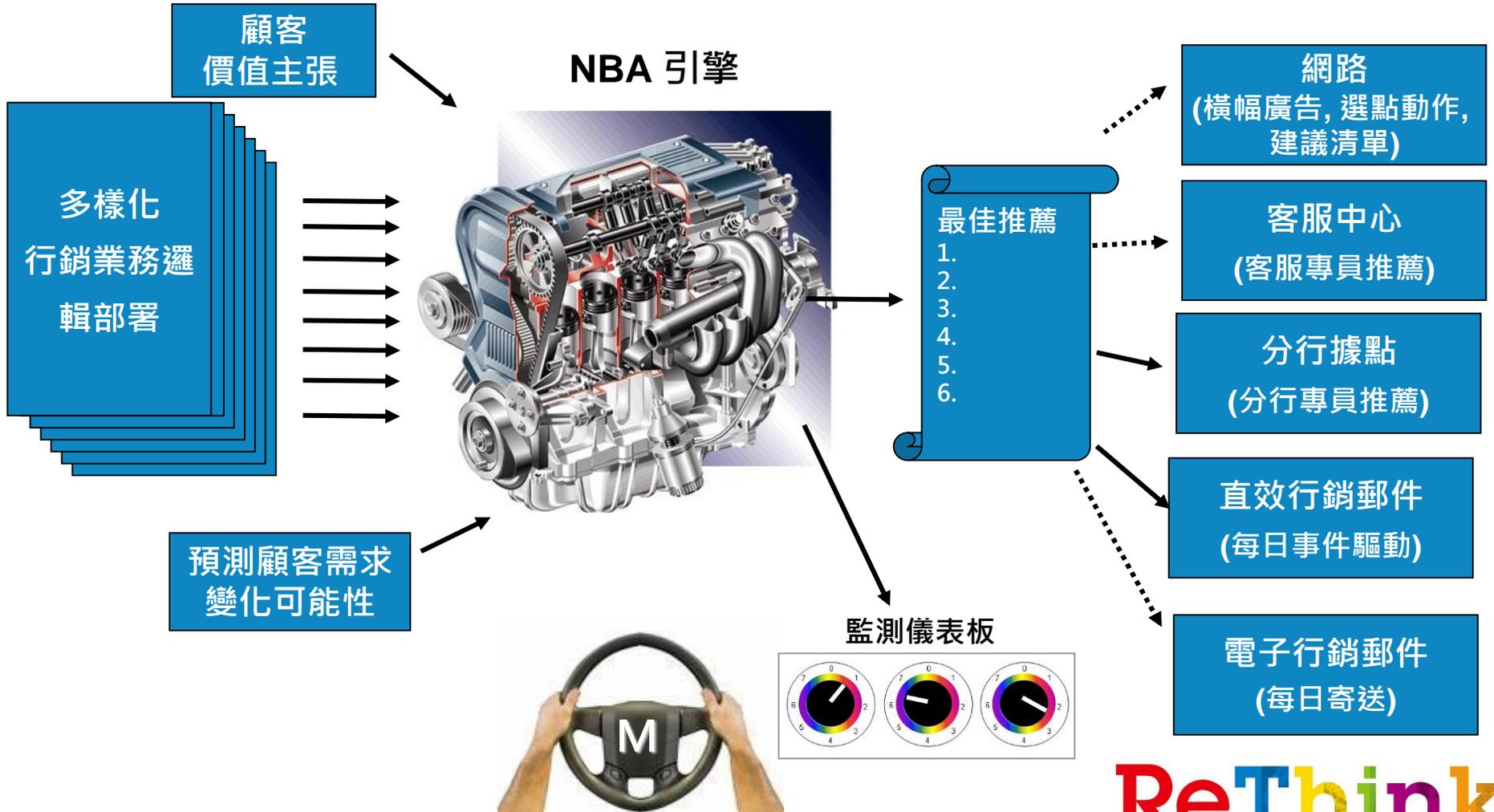
目標：唯有創建完整的行銷運作體系，才是轉換創新為行動的推力



ReThink



2000萬歐元的成長(1) – ING Direct 發動以最適建議引擎 (Next Best Action Machine ,NBA)驅動的多通路行銷





2000萬歐元的成長(2) – ING Direct推動個人化Outbound行銷的運用

延伸NBA應用於個人化Offer部署

強化事件式行銷管理的應用

Subject line: ...

Mijn ING Nieuws
februari 2009

ING

Met gemak online al uw bankzaken regelen

Tijd voor uw belastingaangifte

Stap over op het voordelige BetaalPakket

Voordelige tarieven bij de ING

Exclusief concert Koninklijk Concertgebouworkest

Nieuw in de Rentepuntenwinkel

Direct doen

Service

客製化標題文章

一般性新公告

客製化文章

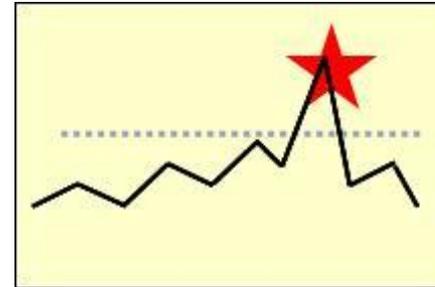
次佳推薦訊息

內容索引

最佳產品推薦訊息

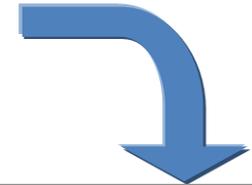
共通服務訊息

專屬客制化行銷訊息



Event Detection

觀察顧客行為的變化



ING

Sparen met de Profijtrekering

Profiteer van een hoge rente en volledige opnamevrijheid. Als u nu een Profijtrekering opent ontvangt u 10.000 extra Rentepunten waarmee u uitgebreid kunt winkelen in de Rentepuntenwinkel. Met een assortiment van ruim 800 producten zit er altijd iets voor u bij.

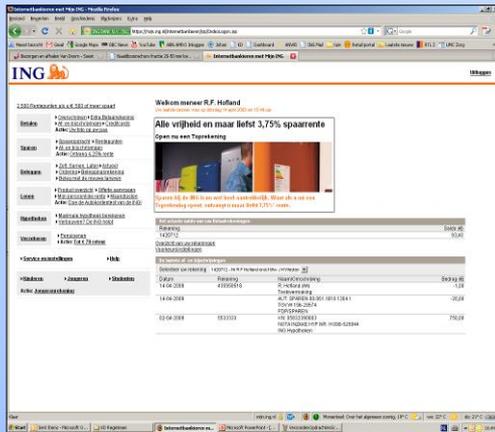
Meer over de Profijtrekering



2000萬歐元的成長(3) – 全面整合，創造差異

公司背景

- 全歐洲最大的金融集團之一
- ING零售銀行以荷蘭地區為主，貢獻集團獲利佔 28%
- 每年發出的直效行銷郵件達 6000萬份以上



面臨的挑戰

- 尋求突破點 → Outbound方式的行銷正面臨發展的侷限
- 缺乏一致性 → 無法讓顧客在互動中感受到一致性的對待
- 耗時、費工 → 單一行銷部署需耗費16~22週，動員10多位人員
- 分散式佈局 → 無法集中對顧客的對話安排與設計

改善後的成效

- 透過洞察結果整合行銷應用
- 整體性的系統佈局提升了行銷運用的規模
- 行銷效率提升帶來更多精緻行銷的設計
- 行銷成本獲得控制，帶來獲利的成長





**Innovation is always certified after
constant practices.**

唯有持續不斷的實踐，才能造就成功的創新

Thank You !!

ReThink



問題思考：

根據IBM的研究，有8成企業認為數據分析是企業的成功關鍵，您認為分析對您企業的價值為何？

ReThink