

創造最高的客戶價值，並將 風險降到最低程度



IBM SPSS 預測分析解決方案，能夠協助金融服務機構處理既有的確定問題，以及各種難以預料的新興問題，更重要的是預測分析能以高效率及低成本的方式，進行：

- 在合乎新的法律及規範下，評量風險及管理法規遵循事宜
 - 獲得新客戶
 - 減少客戶流失，並保留最佳客戶
 - 提升銷售及交叉銷售更多產品與服務
 - 更精確區隔客戶
-

雖然全球金融危機讓世界動盪不安，但有些既定事實依舊維持不變。金融機構仍然需要以最符合成本效益的方式獲得新客戶，並挽留利潤最高的客戶，還要向上述二種客戶群銷售更多服務。

另一項考量因素甚至更為重要：正確的風險評量。銀行如果不確定自己承擔的風險，即使是向其他銀行放款，都會中斷信用貸款流程，對各種經濟層面造成沉重壓力。因此如果要回歸「正常」的放款情況，就需要更嚴格的模型與方法評量風險，並讓借貸雙方回復信心。

不過在資產負債表的另一方面，則存在廣大的灰色地帶：雖然新巴塞爾資本協定 (Basel II) 已經獲得強化，而歐盟的保險人清償能力計畫 (Solvency II) 也將提供保險業類似的法規架構，但全球各地政府仍在爭論國家與國際層級各種可能的廣泛變化。

IBM SPSS 預測分析解決方案能夠將資料轉換為可應用的客戶見解，以創造最高的客戶價值，並將風險降到最低程度。有了預測分析功能，就能利用金融服務企業獨特的多重通路性質。

越來越多的金融服務公司開始分析每一種通路的資料，例如 ATM 交易、網頁資料，甚至是文字資料（例如客服中心與應用程式記錄），並通常使用即時的封閉式迴圈分析產生結果，達到加強互動的目的。本功能可將產品投資組合管理轉移為管理客戶投資組合，並使用分析功能著重於因應各個客戶區隔的金融需求，同時在機會與風險之間取得平衡。



將日常客戶互動的風險降到最低

IBM SPSS 預測分析適用於風險管理，可協助金融服務公司：

- 藉由信用評分卡模型建立，判定良好及不良的信用風險
- 加強新巴塞爾資本協定的信用及作業風險法規遵循
- 從信用卡到 ATM 詐騙，偵測並預防詐騙活動
- 偵測可疑模式預防洗錢行為

金融服務機構正面臨史上最嚴峻的風險問題，像是未經察覺的詐騙活動，以及不必要的信用暴露，都讓機構處於重大的金融及法律風險之中。根據 IBM 於 2009 年進行的研究，52% 的受訪者認為管理系統性風險很重要，但只有 21% 的人相信自己公司擅長此道；另外 43% 的受訪者認為管理新產品或新市場的相關風險很重要，但只有 18% 的人相信自己公司擅長於此。¹

IBM SPSS 風險管理解決方案能夠持續將詐騙、信用及洗錢風險降到最低程度，以協助金融服務公司增加資本效率，強化法規遵循。IBM SPSS 預測風險管理功能有別於其他的風險管理解決方案，並未大量仰賴固定的商業規範，而是提供更開放的應用性系統，在分析程序中納入獨特的領域專業知識。

一家大型的信用聯盟，在美國是前五大的金融公司之一，希望讓會員能夠立即取得更多資金，並在不增加風險的情況下，提高 ATM 及銷售點的提款上限。信用聯盟使用 IBM SPSS 技術開發風險計分模型，判定哪些成員能夠增加提款額度。客戶對於能夠加速提款，並增加提款額度表示讚賞，因此提升了聯盟的客戶滿意度。

一家主要的歐洲銀行已經部署 IBM SPSS 預測分析功能，建構創新的初期警告系統，在商業客戶之中偵測可能失敗的客戶。該銀行也在客戶之中，建立關係與經濟依賴性的模型。銀行可藉此預測主要客戶業務失敗對自己（及其客戶）的影響，並考慮客戶失敗對其他客戶造成的「骨牌效應」。由於銀行可計算主要業務失敗的最大風險，因此能提供有效的安全網。

¹ IBM 商業價值研究院。邁向透通性與永續發展：建立全新金融秩序。(2009 年 4 月)。

全球最大的信用聯盟推出五年計畫，要讓逐漸下降的會員滿意度反轉向上。該聯盟逐漸增加使用 IBM SPSS 預測分析技術的比重，因此在二年之後，會員的滿意度已經大幅提升。由於信用聯盟能夠更充分的瞭解會員需求，因此能夠針對特定地理區域，迅速回應更適當的方案與回應內容。該聯盟使用 IBM SPSS 技術的投資報酬率高達 1,531%，平均年利潤將近 150 萬美元*

由獨立的分析公司 Nucleus Research 編寫數據。

以符合成本效益的方式獲得正確客戶

如果要成功獲得客戶，關鍵在於設定精確即時的目標，向可能對象提供具吸引力的方案，並維持低成本。金融服務業的領導廠商，為了在混亂的競爭市場中突破重圍，正在新增客戶程序中建立分析功能，以便在適當時間向適當客戶推銷價格適中的適當金融商品。

IBM SPSS 新增客戶解決方案，可協助金融服務公司針對最可能回應並成為獲利客戶的潛在對象，制定各種行銷計畫。本產品可預測哪一種行銷計畫能夠獲得最多回應，避免將有限的行銷預算投入錯誤目標，將新增客戶的成本降到最低。

在英國，全球主要的共同金融服務公司之一，使用 IBM SPSS 預測分析功能，讓新的貸款產品贏得適當客戶。該公司因此獲得了 3300 萬英鎊（約為 4700 萬美元）價值的貸款收益。

將正確客戶留住時間延長

在金融服務業，客戶損耗是一項成本昂貴的問題。銀行業每年平均流失 10% 至 20% 的客戶，每位客戶的更換成本則從 200 美元到最高 3,500 美元，因此必須讓高價值的客戶保持滿意。

IBM SPSS 預測分析解決方案可挽留客戶，首先協助金融服務公司找出自己的高價值客戶，然後將這些客戶保留時間延長。在客戶結束關係之前，找出最可能離開的客戶，並提供客服人員各種建議行動，以保留這些客戶。

即時掌握銷售機會

交叉銷售與提升銷售機會，不斷透過各種通路產生。主要的金融服務公司正在各個客戶接觸點（例如分公司和客服中心）使用預測分析功能。

更精確區隔客戶

有效的客戶區隔程序，對金融服務公司而言相當重要。許多公司已瞭解價值最高的客戶區隔，是總客戶利潤的最大來源，同時許多客戶區隔不僅利潤非常有限，甚至可能造成虧損。

IBM SPSS 提供的自動客戶區隔解決方案，可協助金融服務公司使用其資料及商業專業，更精確地區分客戶價值。瞭解客戶的價值區隔，是任何策略的首要步驟，以贏得具有獲利能力的客戶、加強關係，並將客戶保留時間延長。

荷蘭的銀行合作社使用 IBM SPSS 技術，將客戶區分為特定的目標群組，並提升行銷活動的報酬率。結果活動的回應率由 4% 增加至 12%，而行銷活動的投資報酬率也因為成本降低，獲利增加，由 10% 增加至 20%。

關於 IBM 子公司 SPSS

IBM 子公司 SPSS 是全球一流的預測分析軟體暨解決方案供應商。該公司完整的資料收集、統計、建模及部署產品組合可擷取人們的態度和意見、預測未來客戶互動的結果，然後將分析納入商業程序，根據這些分析結果採取適當行動。IBM SPSS 解決方案可透過整合分析工具、IT 架構及商業程序，協助您達成整個企業環環相扣的商業目標。全球各地的企業、政府及學術單位都使用 IBM SPSS 技術，作為吸引、保留、擴大客戶群並減少詐騙案件和規避風險的競爭優勢。IBM 於 2009 年 10 月併購了 SPSS。如需進一步資訊，或要聯絡業務代表，請造訪 www.spss.com。



© Copyright IBM Corporation 2010

SPSS Inc., IBM 子公司總部
233 S. Wacker Drive, 11th floor
Chicago, Illinois 60606

SPSS 是 IBM 子公司 SPSS Inc. 的註冊商標，而其他 SPSS 產品名稱則是其商標。© 2010 SPSS Inc., IBM 子公司。
版權所有。

IBM 及 IBM 標誌是國際商業機器股份有限公司在美國及/或其他國家的商標。如需 IBM 商標的完整清單，請造訪 www.ibm.com/legal/copytrade.shtml。

其他公司、產品和服務名稱各為其所屬公司之商標或服務標章。

本出版品中提及的 IBM 產品或服務，並不代表 IBM 有意將其推展至 IBM 事業營運涵蓋的所有國家。

本文所提及，任何非關 IBM 的網站，均為便利貴客戶所提供之參考，非為相關網站背書。該網站上的資料，並非本 IBM 產品資料的一部分，因此使用該網站造成之損害，由貴客戶自行負責。



請回收