



Így kampányolunk mi

Hans Zoltán

Szolgáltatás Fejlesztés és Online Irányítás vezető

IBM-SPSS üzleti reggeli (Budapest) – 2010.09.22.

AEGON

Útkeresések

Esettanulmány

Történelmi háttér

- Az Állami Biztosító révén a legrégebbi biztosítói történelmi háttérrel rendelkezik
- 1992-től a nemzetközi AEGON Csoport tagja
- A magyar cégcsoport kialakulása:
 - 1992: Biztosító
 - 1996: Vagyonkezelés
 - 1997: Nyugdíjpénztár
 - 2006: Hitel
 - 2009: AEGONDirekt.hu



Ami van:

- 2,1 millió ügyfél
- 2,8 millió szerződés
- 350 ezer kárügy
- 750 ezer inbound ügyfélkontakt
- 1200 alkalmazott
- 2400 vállalkozó
- 15 különböző nagy IT rendszer
(2 portfólió, 3 kár, 4 pénzügyi, 6 ügyféladat, kontakt, stb.)
- >100 adatbázis
- 55 E db tábla
- 2 TB tárhely
- 65 E db napi tranzakció

Mi nincs:

- ??

- Kutató... ötlet és intuíció
...hogy felderítsük, hol érdemes bányászni... (ez még csak befektetés...sok energia....pénz ami lehet, hogy nem térül meg....)
- Bánya... ahol könnyű/érdemes bányászni...
Adatbázisok, adatkonzolidáció, adattisztítás, adatpiac, adattárház...stb. ...a bányát is mi csináljuk?
- Technológia (algoritmusok, amelyek egy adott feladatra a legmegfelelőbbek)
- Technika...
(programok, amivel dolgozunk...)
- Ember... aki működtet és a nyersanyagot kibányássza, megtisztítja ...
használhatóvá teszi
- Feldolgozó ipar...



- **Kockázatelemzés**
 - Kockázatvállalás
 - Csalás, visszaélések feltárása
- **Értékesítési potenciálok feltárása**
 - Keresztértékesítés, értéknövelő eladások, DM, DS támogatás, lojalitás programok
- **Ügyfélkiszolgálás fejlesztése**
 - Ügyfélszokások tanulmányozása
 - Testre szabott kiszolgálás, visszajelzések (Kártípus, összeg, ügyfél, csatorna, stb.)
- **Termékfejlesztés, marketing**
 - Szakértői információs éhség kielégítése...
 - Termékelemzés, piackutatás



1997, 1998:

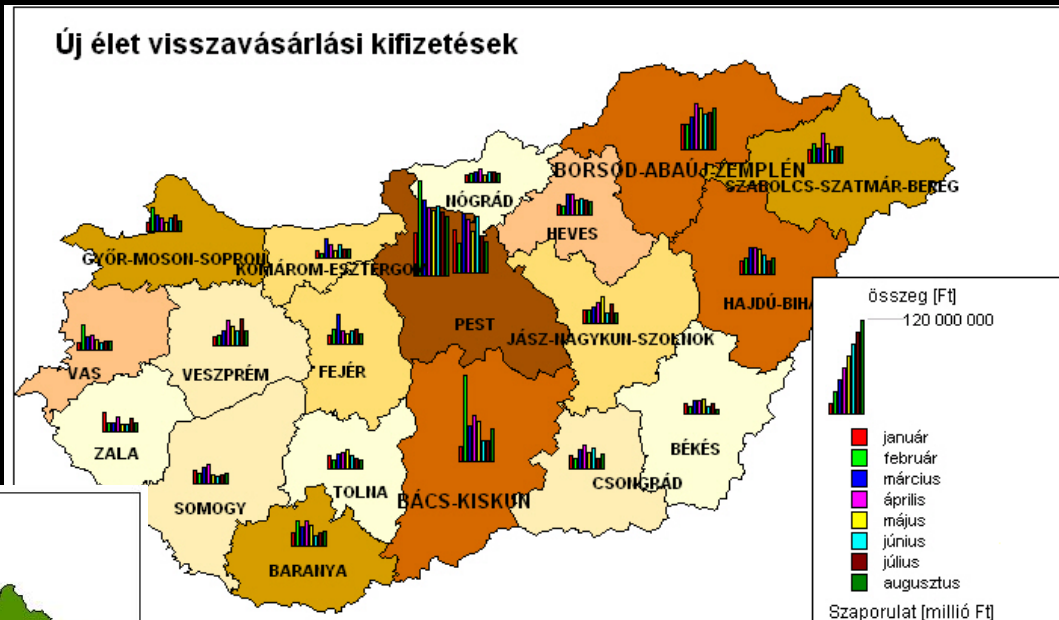
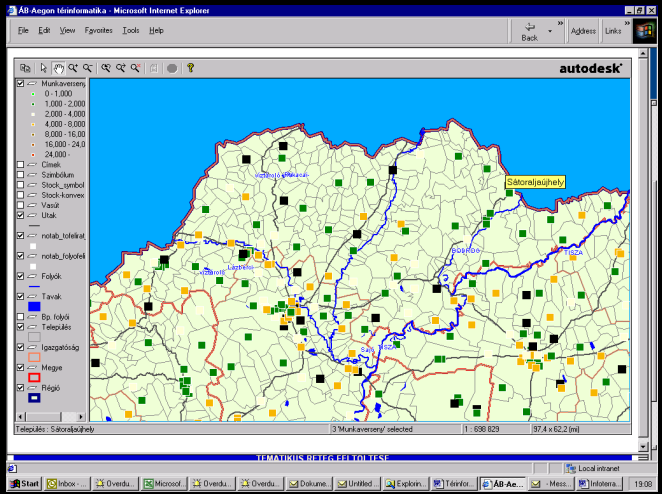
- **Excel**
- **SQL**
- **Oracle Discoverer**
- **Oracle Express Analyzer**

2001:

- **Inteligent Miner**
 - Modellelés, pilot feladatok, mintákon



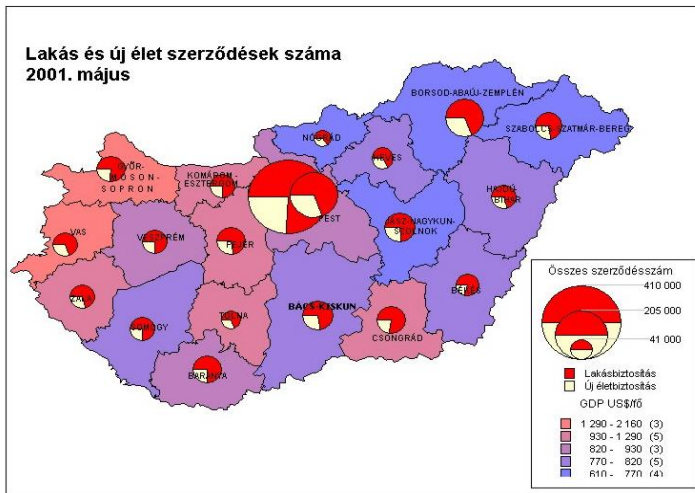
• Térinformatika ... „vizuális felderítő eszköz”



Lakásbiztosítások átlagdíjának és az egy főre jutó GDP arányának megyei eloszlása



Lakás és új élet szerződések száma 2001. május

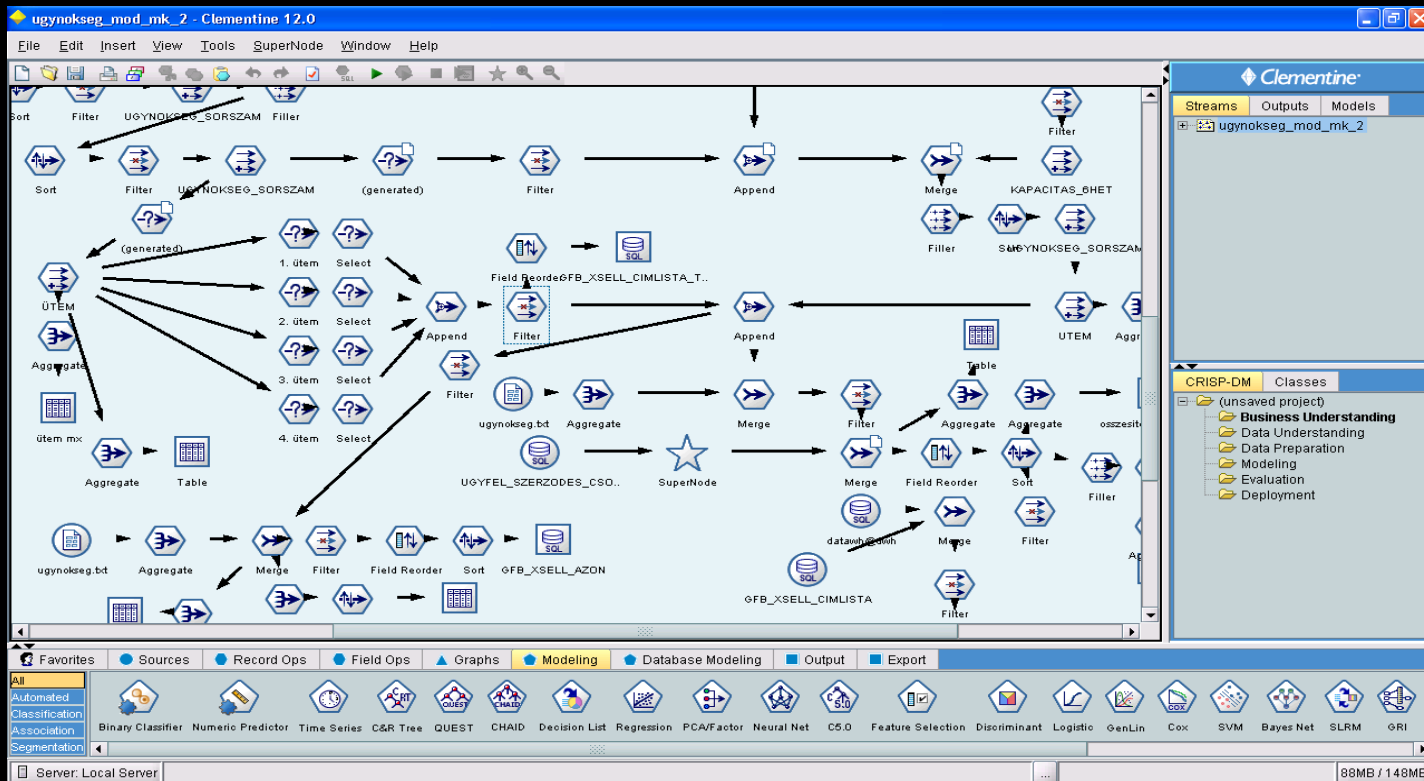


2005:

- SPSS Base

2006:

- SPSS Clementine, Adatbányász Team



- nagy kihívás vs. szinte megoldhatatlannak látszó „problémák” vs. **nélküle az üzletkötői munka „meghal”**
- a ráépülő értékesítési folyamat magas szintű tudatosságot kíván – **katalizátora lehet egy formálódó munkakultúrának**

(Értékesítési irányítási vezető)

....egyébként meg az

- elnyomó,
- kizsákmányoló,
- az individuumot nem tisztelő,
- csak a profit istent imádó



kapitalista multinacionális vállalatok eszköze, és a polgári lét meleg otthoni légkörét, a családok szentélyét feldúló, romlást előidéző folyamat első lépcsőfoka :-)

(egy Értékesítési vezető és még sokan mások...)

- **Keresztértékesítés:**

meglévő ügyfelek részére történő újabb termék, szolgáltatás értékesítése.

- **Miért jó?**

- ✓ Egy ügyfélre jutó bevétel növelése
- ✓ Ügyféllojalitás erősítése (kutatások szerint a több termékkel rendelkező ügyfelek kötődése erősebb)
- ✓ Olcsóbb: „a már meglévő ügyfélnek ajánlott további értékesítés költségei alacsonyabbak, mint az új ügyfelek meghódításának kiadásai”

Üzleti elvárások	Adatbányászati lehetőségek	Eredmény
„kvázi” szegmentáció (elérhető, potenciális ügyfél)	<p>Asszociációelemzés (Mely termékek együttvásárlása jellemzi az ügyfeleinket?)</p> <p>Klaszterelemzés (Milyen termékeket vásárolnak jellemzően a hasonló ügyfelek?)</p> <p>Prediktív modellezések (Milyen megkülönböztető jegyek jellemzőek egy adott termék vásárlójára?)</p>	„kvázi” szegmentáció finomítása adatbányászati eredmények figyelembe vételével
értékesítői kapacitások figyelembe vétele	minőség vs. mennyiség	ésszerű határok mentén (nem minden igényt teljesítve)
teljesítmény értékelése	„vegytisztn” lehetetlen	tényadatok alapján, az értékesítői visszajelzések másodlagosak

- **Jövedelmi kategóriák:**

Feltételezett jövedelem			
	$\geq 2000 \text{ cm}^3$	1500-2000 cm^3	$< 1500 \text{ cm}^3$
Magas	≤ 8 év	0	0
Felső közép	0	≤ 5 év	≤ 3 év
Átlag	$X > 8$ év	$12 \geq X > 5$ év	$10 \Rightarrow X > 3$
Kis	0	12+ év	$X > 10$ év

- **Életkor**

- 20-30 / 30-40 / 40-50 / 50-60 / egyéb

- **Meglévő termékkör:**

- Csak GFB, GFB + egyéb termékek

Ütem	Ügyfélkör	Jövedelem	Ügyfélarány
1	CSAK GFB 30-60	Átlag	20,0%
2	CSAK GFB 30-60	Magas és felsőközép	16,0%
	GFB + egyéb 30-60		16,0%
3	CSAK GFB 30-60	Átlag	38,0%
	GFB + egyéb 30-60		2,5%
4	CSAK GFB 30-60	Kis	7,5%

- 20 E db DM levél
(ígérettel: ajándék bögrét visz az értékesítő)
- 650 ügynök
- 6 (+2) hét
- 78%-os ügyfélelérési arány (6% elérhetetlen ügyfél)
- 8%-os konverziós ráta



Köszönöm a figyelmet!

Kérdések?