



## 1.2 Focalizzarsi sul core business



IBM SPSS Statistics gestisce i dati dei clienti e scopre i prodotti più profittevoli prevedendo le tendenze del mercato.

### Esigenza di business

KPN, azienda europea leader nel settore delle telecomunicazioni, offre telefonia fissa, mobile e servizi Internet ai privati e offre servizi IT e di telecomunicazione alle aziende di tutte le dimensioni e settori. Per coprire le esigenze dei differenti tipi di clienti aziendali, KPN ha un portafoglio di più di 30 prodotti, che vende a più di un milione di clienti attraverso diversi canali di direct marketing. Il team di Marketing Intelligence di KPN aveva bisogno di sapere come allocare al meglio le risorse di marketing per massimizzare le opportunità di offerte integrate e di ampliamento dei contratti in essere, un compito che richiede complesse analisi di un volume enorme di dati.

### Soluzione realizzata

Il team di Business Intelligence di KPN ha usato IBM SPSS Statistics per creare un certo numero di modelli di "comportamento" e di "propensione all'acquisto", che scavano nei dati dei clienti per scoprire quali prodotti sono più interessanti e per quali clienti. Queste analisi sono stati, poi, uniti in un unico modello che consente un'accurata segmentazione e l'analisi predittiva a supporto di un'allocazione più intelligente del budget di marketing.

Il team ha usato inoltre SPSS per dividere i clienti in gruppi basati sul loro profilo aziendale, sui prodotti che hanno acquistato, sul loro uso della telefonia fissa e mobile, della banda larga e su numerosi altri criteri.

Questo ha aiutato KPN a indirizzare le sue campagne di direct marketing in modo più efficace attraverso tali modelli. Infine il team ha usato questa soluzione per capire la periodicità con cui avrebbe potuto prendere contatto con i propri clienti per presentare nuove proposte.

### Benefici ottenuti

La soluzione individuata da KPN aumenta la percentuale di risposte dei clienti alle campagne di direct marketing. Mostra come frequenti contatti di marketing con i clienti possono aumentare il fatturato di certi gruppi di clienti dal 50 al 70 per cento. Infine aiuta chi deve prendere le decisioni (e non è uno specialista) a capire analisi complesse e ad agire grazie all'uso di una convincente rappresentazione grafica dei dati.

**Per maggiori info: [ibm.com/software/it/eldorado](http://ibm.com/software/it/eldorado)**

**KPN**  
**Groningen, Olanda**

