

Şirketlerin Geleceğini Yönlendiren Analitik Güç



AIMS Analitik Bilgi Yönetimi Çözümleri

AIMS®

Premier
Business
Partner



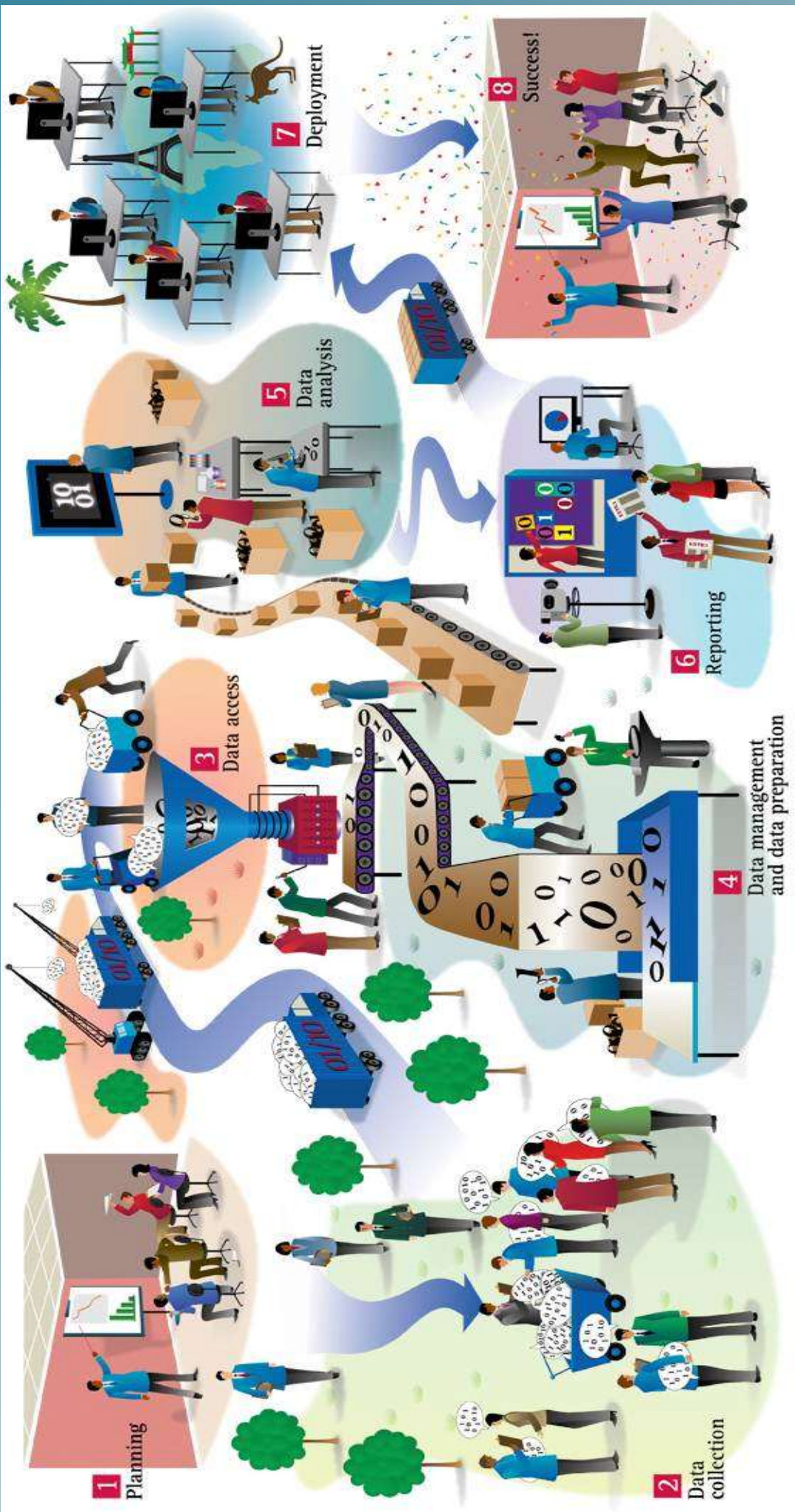
Business Analytics Award
Winner 2012

**Şirketinizin Başarı Sırları Her Geçen Gün
Büyüyen Ham VERİLERDE saklı...**

Şirketiniz bu sırları keşfedecek yetkinlikte mi?



**Verileri yönetebilmek ve veri yatırımınızdan
gerçek anlamda fayda sağlayabilmek için
“Öngörüsel Analiz” Uygulamaları ile Tanışma
Vakti...**



1 Planning

2 Data collection

3 Data access

4 Data management and data preparation

5 Data analysis

6 Reporting

7 Deployment

8 Success!

Analitik çalışmalarınızı planladınız mı?

Çözüm bağımsız olarak Analitik Çalışmalarınızın planlanmasına dair danışmanlık çalışmalarımızla ve kapsamlı eğitim hizmetlerimiz ile uzun yıllardır sektörü eğitiyoruz...

AIMS Analitik Bilgi Yönetimi Çözümleri ailesi olarak HEDEFİMİZ; bütün sektörlerde şirketlerin Analitik Bakış ve Analitik Karar Yönetim Desteği ile başarılı bir şekilde tanışması.

12+ yıldır farklı sektörlerde farklı uygulama alanlarında gerçekleştirdiğimiz projelerin deneyimi ile sizlere Analitik Dünyanın Kapılarını açıyoruz.

Analitik Başarı Yolculuğuna Bizlerle Çıkmak İster misiniz?

Başarılı olmak ve başarıda sürekliliği yakalamak isteyen yöneticilerimizin iş döngüsünde cevap aradığı birkaç soru...

- Yeni müşteri kazanımı faaliyetlerimizde doğru hedef kitleye yönelebiliyor muyuz?
 - Yeni müşteri kazanımı maliyetlerimiz yüksek mi?
- Müşteri kazanımı faaliyetlerimizde doğru kanaldan doğru kişiye doğru mesaj ile ulaşabiliyor muyuz?
 - Yapmış olduğumuz pazarlama çalışmalarının kanal bazında etkinliğini ölçebiliyor muyuz?
- Satış ve pazarlama çalışmalarımızda müşterimizin değer segmentine göre strateji belirleyebiliyor muyuz?
 - Müşteri riskimizi öngörebiliyor muyuz?
- Her yıl ne kadar müşterimiz bizi terk ediyor?
 - Kaybettiğimiz müşterilerimizin değer segmentini biliyor muyuz?

Mevcut müşterilerinizin davranışlarını analiz ederek pazarlama ve satış etkinliklerinizi hedef odaklı yönetebilir, müşterilerinizi kaybetmeden onları kaybedebileceğinizi fark edebilir ve değeri yüksek müşterilerinizi kaybetmeden geri kazanmak için gerekli aksiyonları alabilirsiniz.

- Bankamızın bir çok farklı şehirde, farklı noktalarda şubeleri var. Şubelerimizin verimliliğini doğru yönetebiliyor muyuz?
 - Hangi şubelerimiz hangi değer segmentinde? Hangi şubelerimizin olması gerekenin üzerinde performans gösterdiğini, hangi şubelerimizin olması gerekenin altında verimlilik gösterdiğini biliyor muyuz?
- Coğrafi faktörlerin şube verimliliğimizdeki etkisi nedir? Hangi şubemize ne kadarlık bir hedef koymalıyız? Verimliliğini arttırmaya odaklanmamız gereken şubelerimiz hangileri?

Coğrafi Veriye, Analitik Bilgiye dayalı bir Karar Mekanizması sunan “Nokta Bazlı Zeka” çözümümüz tüm noktasal birimi olan şirketler için ideal bir çözüm. “Nokta Bazlı Zeka” çözümümüz ile tanışmak ister misiniz?

AIMS Analitik Çalışmalarınızda Başarınızın Garantisi...

- *Veri Madenciliği*
 - *Metin Madenciliği*
- *İstatistiksel Analizler*
 - *Kurumsal Pazarlama Yönetimi*
- *Kurumsal İçerik Yönetimi*
 - *Pazar Araştırmaları*
- *Analitik Danışmanlık*
 - *Sektörel Uygulama Danışmanlığı*
- *Nokta Bazlı Zeka*
 - *Öngörüsel Sektörel Uygulamalar*
- *Veri Madenciliği Eğitimleri*
 - *İstatistiksel Analiz Eğitimleri*
- *Sağlık Alanında İstatistiksel Analizler Eğitimleri*
 - *Kurumsal Pazarlama Yönetimi Eğitimleri*
- *Analitik CRM Eğitimleri*

www.aims.com.tr

Analitik Başarı Yolculuğuna Hazır mısınız?

Günümüzde bir kuruluşun en büyük silahı nitelikli bilgiye dayalı karar verebilme yetkinliğidir. Nitelikli bilgi doğru kullanıldığında şirketin başarısını sağlayan her türlü kararın altındaki en önemli imzadır. Müşteri ilişkileri yönetiminden finansal risk yönetimine, operasyonel süreçlerin doğru planlanmasından efektif kaynak planlamasına kadar bir kurumun bütün birimlerinde doğru zamanda doğru karar ve aksiyon alabilmenin koşulu bütün bu kararların dinamik olarak güncellenen nitelikli bilgi ile desteklenmesidir.

Nitelikli bilgiye erişebilmede istatistiki analiz ve veri madenciliği yöntemlerinin bileşimi- Öngörüsül Analitikler kullanılmaktadır. Nitelikli Bilgiye dayalı dinamik aksiyonlar alınabilmesi için de Kurumsal Bilgi Yönetimi, Kurumsal Pazarlama Yönetimi gibi kurumsal sistemler ile entegre çözümlere ihtiyaç bulunmaktadır. Günümüzde, başarıda sürekliliği hedefleyen bütün kuruluşlar bu alanlara yatırım yapmakta ve yatırım geri dönüşleri ile kurumlarının büyümesine katkı sağlamaktadırlar.

Sektörde son 15 yıllık gelişmeleri değerlendirdiğimizde hem tamamlanan proje sayısı hem de gerçekleşen projelerin kalitesinde çok önemli derecede bir artış söz konusudur. Bu veri kalitesine ve bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmelere bağlı olarak gerçekleşen bir artıştır. Günümüzde kurumların toplamakta oldukları verilerin boyutu çok ciddi seviyelere ulaşmış bulunmaktadır. Bu verilerin doğru yönetilmesi önemlidir. Kurum içerisinde farklı birimlerin analitik çalışmalarına uygun Data Mart'lar oluşturulması ile kurum içerisinde farklı birimlerin ihtiyacına yönelik dinamik bir karar destek mekanizması oluşturulabilmekte ve alınan kararlar doğru zamanda uygulamaya geçirilebilmektedir.

Bu karar destek yapısının kullanılmadığı bir banka düşünün müşterilerini tanımak ve yeni planladığı üç (3) farklı formattaki kampanyanın duyurusunu müşterilerinin risk durumunu dikkate alarak ve geri dönüş yapma ihtimali en yüksek ve kendisi açısından maliyet avantajı en iyi olan kanallardan yapmak istiyor olsun. Doğru kampanya doğru müşteriye doğru kanaldan gönderilecek, tekliflere gelen geri dönüşler eş zamanlı olarak analiz edilecek, gerekli aksiyon değişiklikleri planlanacak ve minimum maliyet ile kampanyaya yüksek oranda "evet" cevabı alınacak. Bu tür bir proje analitik dünyada bir lüks değildir, başarıda sürekliliğin alt yapısıdır ve bu tür bir çalışmada hem Analitik modellerin oluşturulması hem de kurumsal pazarlama yönetimi yapısının oluşturulmasında en önemli faktör nitelikli veri, doğru analitik çözümler ve konusunda uzman bir şirketin desteği ile ilerlemektir.

AIMS Analitik Bilgi Yönetimi Çözümleri olarak, 2000 yılından bu yana farklı

sektörlerde farklı uygulama alanlarında farklı iş ihtiyaçlarına yönelik birçok proje gerçekleştirdik, binlerce kişiye eğitim verdik. Bu projelerde edindiğimiz deneyim ile

“Öngörüsel Sektörel Uygulamalar” ve “Nokta Bazlı Zeka” adını verdiğimiz çözümleri geliştirdik, analitik çalışmalarımız ile birlikte pek çok başarılı Kalitatif ve Kantitatif Pazar Araştırması projesini hayata geçirdik.

Hedefimiz ülkemizde öngörüsel karar desteği sağlayan analitik uygulamaların gerek kamuda gerekse özel sektörde kuruluşların başarısında dinamik rol oynamasıdır.

Yaptığımız başarılı çalışmalar sonucunu almak bizler için en önemli motivasyon kaynağı olmakta. 2011-2012 yılında IBM tarafından “Predictive Analytics” alanında Orta Doğu ve Avrupa Bölgesinde “İş Ortağı Başarı” ödülüne layık görüldük. 2012 yılında Türkiye’de “Business Analytics” alanında Yılın Çözüm Ortağı seçildik. , 2012 yılında danışmanlık verdiğimiz bir şirket bağlı bulunduğu holding şirketleri arasında düzenlenen “Yılın Projeleri” yarışmasında “Büyümeye Katkı” kategorisinde birinci seçildi.

Biz AIMS ailesi olarak ülkemizde şirketlerimizin başarısı için varız ve sizlerle büyüyoruz. Bize güvenen bütün müşterilerimize teşekkür ediyoruz.

Analitik başarı yolculuğunuzda bizlerle birlikte olmak için info@aims.com.tr üzerinden bizlerle irtibata geçebilirsiniz,

Saygılarımla,

Dr. Tülin GÜZEL ÖZDEMİR

Genel Müdür

AIMS Analitik Bilgi Yönetimi Çözümleri

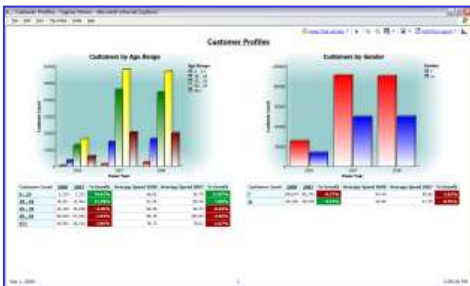
Kurumsal Başarının Sırrı “Büyük Veri” de Saklı

Günümüzde liderler kuruluşlarının gelirini ve karlılığını arttırma, maliyetlerini ve riski azaltma gibi kuruluşun başarısında kritik olan konularda “KARAR” alırken geçmişte kullanılan yöntemler ile başarıda sürekliliği sağlayamayacaklarını biliyorlar. Günümüzde kuruluşların işleyişlerinin her aşamasında, farklı kaynaklardan gelen farklı veriler her geçen gün hızlanan bir ivme ile artmakta. “Büyük Veri” nasıl yönetilecek sorusuna farklı çözümler sunulmakta, çok önemli bir soru daha var ki oda bu ham verilerin kuruluşun hangi birimleri tarafından ne şekilde faydaya dönüştürülebileceği. Kuruluşlar ancak bu soruya doğru yanıt bulabildiklerinde günümüzün çok kanallı, büyük hacimli, çalkantılı ekonomik koşullarını haiz ortamında başarıyı ve başarıda sürekliliği yakalayabilecekler.

AIMS Analitik Bilgi Yönetimi Çözümleri olarak, 1998 yılından itibaren kuruluşlara bu yenedünyada başarıda sürekliliği yakalayacak, yapmakta oldukları bütün bilgi sistemleri yatırımlarından fayda almalarını sağlayacak teknolojileri ile fayda yaratıyoruz. Nitelikli bilginin ışığında oluşturulan doğru yönetim stratejileri, “iş körlüğü” olarak adlandırılan ve daha çok hızlı karar alma süreçlerinde yöneticilerin en önemli sorunu olan durumların yaşanmamasının garantisidir. Günümüzde yöneticilerimizin karar süreçlerinin önündeki sis perdesini kaldırmada en önemli strateji öngörüselle analitiklerin kullanımudur. Öngörüselle analiz çözümleri ile kurumsal verilerin iş hedefleri doğrultusunda analiz edilmesi, geliştirilecek öngörüselle tahmin modelleri ile dinamik (ihtiyaç duyulan an ve konuda) karar süreçlerini destekleyeceği bir mekanizma oluşturulması mümkündür.



Analitik yönetim yaklaşımı kuruluşlara salt deneyime dayalı duygusal karar alma süreçlerini ileriye dönük analitik öngörü- anında aksiyon- aksiyon sonucu oluşan duruma göre anlık strateji yenileme şeklinde bir karar sürecinin yolunu açmıştır. Alınan kararların dinamik bir şekilde uygulamaya geçirilmesi gerekir. Mevcut müşterilerinden elde ettiği gelirleri üst satış ve çapraz satış yöntemleri ile arttırmak ve müşterileri ile uzun süreli ve karlı bir iş ilişkisi oluşturmak isteyen kuruluşlar analitik yöntemleri kullanmak zorundadırlar. Analitik Müşteri İlişkileri çalışmalarında,



veri madenciliği yöntemleri ile ham müşteri verilerini modellemekte, bu modeller ile hangi müşterimize hangi ürün önerisi ile hangi kanaldan ne zaman öneride bulunursak müşterimizin bu önerimizi kabul etme olasılığı nedir sorusuna cevap alabilmektedirler. Uygulama aşamasında çok kanallı pazarlama yönetimine ve alınan aksiyonların sonuçlarının takip edilebileceği bir çözüme ihtiyaç duyulmaktadır ki bu noktada da “Kurumsal

Pazarlama Yönetimi” devreye girmektedir.

Geçmişte şirketler yeni müşteri kazanımı çalışmalarında, satışlarını arttırma hedefli planlamalarında reklam kampanyalarına güvenebiliyorlardı. Oysa günümüzde bütün şirketler müşteri odaklı olmak zorundadır, bu da farklı interaktif kanallardan farklı kitlelere farklı mesajların

iletilmesini gerektirir. Her pazarlama faaliyeti sonrası çok sayıda veri oluşmaktadır, kampanyaların başarısı için oluşan verilerin analiz edilmesi bir sonraki etkinlikte bu verilerden elde edilen nitelikli bilginin kullanılması gerekir. Operasyon ve süreçlerin yönetimi, harcama yönetimi, kampanya planlama, pazarlama performans yönetimi, kurumsal pazarlama uygulamaları deneyim paylaşımı adımlarından oluşan Pazarlama Kaynak Yönetiminin öngörüselleştirilmesiyle desteklenmesi bütüncül başarının garantisidir. AIMS Analitik Bilgi Yönetimi Çözümleri, farklı yazılımlar ve uzun yıllardır oluşturduğu bilgi birikimi ile kurumların ihtiyacına özel çözümler üretmektedir.

Karar Mekanizmasının Evrimleşme Süreci

Geçmişte çok önemli kararlar salt deneyime dayalı olarak alınırdı. Bu subjektif kararlar çoğu zaman tutarsız olurdu ve uygulama sonuçlarının başarısı sorgulanırdı. Önemli kararların standardize edilmesi, tutarlı hale getirebilmesi için şirketler ilk olarak “iş kuralları” tabanlı karar süreçlerini geliştirdiler. “İş Kuralları Tabanlı Karar Alma” alınan kararlarda tutarlılık sağlasa da statik kuralların hızla değişen iş koşulları altında kullanım dışı kalmaları bu yaklaşımın yetersiz olmasına neden olmuştur.

Bu noktada kurumsal ham verilerin analizi ile geçmiş ve mevcut durumun analiz edilmesine dayalı karar alma gündeme gelmiştir. Veri analizine dayalı karar alma süreçleri yavaş yavaş hayatımızın bütün alanlarına girmeyi başarmıştır. Örneğin Orley Ashenfelter, Bordeaux şarapları henüz tadılmadan bağbozumu özelliklerini (kış yağış miktarı, yetiştirme mevsiminin ortalama sıcaklığı, hasat mevsimi yağış miktarı) kullanarak kalitesini tahmin etmiştir. Bill James, beyzbol uzmanlarının sadece oyuncuyu izleyerek onun başarılı olup olmayacağını yargılama fikrine karşı çıkmıştır. Beyzbolda verilere dayalı karar vermenin gözlemsel uzmanlıktan üstün olduğunu yaptığı tahminler ile kanıtlamış, beyzbolda “sabermetrik” adı verilen hesaplama yönteminin ilk adımını atmıştır. 2000 yılında iki siyaset bilimci bir davanın siyasi boyutu ile ilgili bir kaç değişkeni kullanarak Yüksek Mahkeme Yargıçlarının nasıl karar vereceğini tahmin eden bir model oluşturmuşlardır. Öngörüselleştirilmiş karar almanın bu kadar geniş bir uygulama alanı bulmasının en önemli nedeni öngörüselleştirilmiş modellerin geçmişe dair bütün verilerin içerdiği deneyimi kullanması ve yeni veriler ile modellerin tahminlerinin dinamik bir şekilde güncellenmesidir. Prediktif analizler ile süregiden iş koşulları altında doğru zamanda doğru kararlar almak mümkündür. Kararların farklı durumlar için güncellenmesi günümüzün rekabetçi ekonomisinde yöneticilerimizin karar süreçlerinin doğru desteklenmesini sağlamaktadır.

Alınan kararların kalitesi ve değeri

Sezgisel Kararlar

- İçgüdüsel
- Deneyime Dayalı

Otomatikleştirilmiş Kararlar

- İş kurallarına dönüştürülmüş politikalar, deneyimler, bilgi
- Kararların tutarlı ve rasyonel alınması
- Objektif

Prediktif Karar Alma

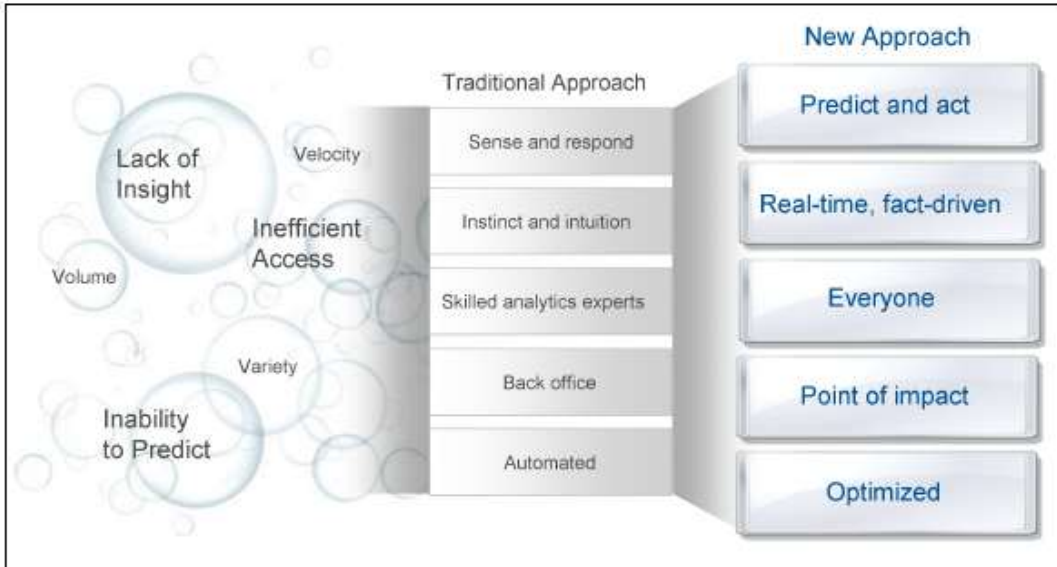
- Geçmiş izlere dayalı doğru tahminler,
- Değişken, bulgulara dayalı kararlar,
- Geçici durumlarda güçlü, modeller değişen trendleri içeren en son verilere göre yeniden eğitilebilir

Veri Madenciliği sayesinde bugün öngörüselleştirilmiş analizlerin kullanım alanı her geçen gün genişlemektedir. Veri madenciliği yöntemlerini kullanarak; True.com, eHarmony, Perfectmatch

“kiminle evlenmek isteyebileceğimizi” tahmin edebilmektedir. Lowe’s ve Circuit City ise iş ilanına başvuran adaylardan hangilerinin o işe uygun olabileceğini öngörmektedir. Harrah kumarhaneleri bir oyuncunun ne kadar kaybedebileceğini ve bu deneyimden keyif alıp tekrar oynayıp oynamayacağını tahmin etmekte ve buna göre müşterileri ile uzun süreli karlı bir ilişki kurmayı başarmaktadır. Offermatica ve Adworks piyasanın hangi fiyatı kaldırabileceğini öngörmektedir.

İş Dünyasının Dinamikleri

Şirketler işleyişlerinin her aşamasında toplanan ham verileri aksiyon alınabilir bilgiye dönüştürdüklerinde kararlarını optimize edebilir ve şirket başarısını arttırabilirler. Sektör bağımsız olarak bütün şirketlerde en önemli ihtiyaç “doğru karar” alabilme yeteneğini kazanmaktır. Akan enformasyon hacmine, çeşitliliğine ve hızına bakıldığında bu yeteneği kazanmak şirketler için her geçen gün daha önemli bir sorun haline gelmektedir. İş dünyasının dinamikleri her geçen gün daha hızlı değişmektedir ve doğru kararlar almak her geçen gün daha da zorlaşmaktadır. Teknolojik gelişmeler sayesinde kurumlar ham verilerini toplayabilmektedir, veri çeşitliliği ve hacmi her geçen gün hızla artmaktadır. Bu da verilerin karar alma süreçlerini destekleyecek şekilde yönetilmesini, verideki kritik bilgilerin keşfedilmesini ve kurumun etkin karar süreçlerinde bu bilginin uygulamaya alınmasını gerektirmektedir.



Şirketlerde farklı bölümler; örneğin finans, satış ve pazarlama, risk yönetimi veya operasyon birimleri tek tek ele alındığında farklı iş hedefleri doğrultusunda çalışmaktadır. Şirketin farklı bölümlerinin kendi iş hedeflerini yönetmek için kullandığı farklı sistemler vardır. Şirketin bütünü açısından bakıldığında hedef tektir ve oda şirketin başarısıdır. Nitelikli bilginin ham veriler içerisinden çıkarımı kadar bu bilginin farklı birimlerin karar süreçlerini aynı anda destekleyecek şekilde bölümler arası paylaşımı önemlidir. Pazarlama biriminin bir kampanya planlarken kampanyaya geri dönme olasılığı yüksek olan müşteri adaylarına yöneldiğini ama finansal açıdan bu hedef kitlenin yüksek risk seviyesinde bir grup olduğunu varsayalım. Yapılacak

pazarlama etkinliği bir fiyasko ile sonuçlanacaktır. Bu tür durumları minimize etmek için farklı sistemlerin ve veri kaynaklarının entegre edilmesi ve departmanlar arası zekanın oluşturulması gerekir. İş zekası ve geleneksel tahminlerde salt geçmiş veriler kullanılır. Salt geçmiş değerlendirmelere dayalı karar alma ancak ekonomi, çevresel faktörler, teknoloji, vb. çok sayıda faktörün statik kaldığı durumlarda verimi olabilir. Prediktif karar almada ise geçmiş veri yanında güncel verilerde kullanılmaktadır ve ne oldu, neden, ne olmakta ve bir sonraki adımda ne olacak şekilde modeller kurgulanmaktadır.

Şekilde geleneksel yaklaşım ile öngörüşel analitikler ile sağlanan yeni yaklaşım irdelenmektedir. IBM SPSS Prediktif Analiz yazılımları, kuruluşların doğru zamanda ve doğru etki anında doğru kararlar almalarını desteklemektedir.

AIMS Analitik Bilgi Yönetimi Çözümleri

AIMS Analitik Bilgi Yönetimi Çözümleri ülkemizde analitik dünyanın şekillenmesinde önemli rolü olan, 2000 yılından beri farklı sektörlerde pek çok farklı analitik projeye imza atmış bir şirkettir.

AIMS Analitik Bilgi yönetimi çözümleri IBM Business Analytics, IBM Enterprise Marketing Management gibi farklı konularda IBM'in Premier düzeyde yetkin çözüm ortağıdır. AIMS, sağladığı çözümlerle ilgili olarak "Teknik Destek Veren Çözüm Ortağı" statüsündedir.

AIMS, IBM Çözümlerini kullanarak geliştirmiş olduğu "Sektörel Uygulama Çözümleri" ve öngörüşel analitiklerin gücünü coğrafi bilgi sistemleri yapısı ile ve raporlama yapısı ile entegre ettiği bütünleşik bir çözüm olarak "Nokta Bazlı Zeka" çözümü ile IBM'in katma değer yaratan çözüm ortağı olarak 2012 yılında Orta Doğu ev Avrupa Bölgesinde yer alan IBM Çözüm Ortakları arasından "IBM Business Analytics Award"a layık görülmüştür. 2012 yılında Türkiye'de IBM'in "Business Analytics" çözüm ortakları arasında "Yılın Çözüm Ortağı" seçilmiş bulunmaktadır.

AIMS gücünü ve başarılarını çözüm sağladığı müşterilerinin başarılarından almaktadır. 2012 yılında danışmanlık verdiğimiz bir müşterimiz bağlı bulunduğu holding şirketleri arasında düzenlenen "Yılın Projeleri" yarışmasında "Büyümeye Katkı" kategorisinde birinci seçilmiş bulunmaktadır ve bu bizim için çok değerli bir başarıdır.