

BRE Bank

Dzięki wykorzystaniu nowoczesnych narzędzi analitycznych SPSS i współpracy z ekspertami SPSS, możliwość wykorzystania pogłębionej wiedzy o klientach w niemal każdym obszarze działalności Banku, przestała być dla nas tylko teorią i pieśnią przyszłości.

”

*Beata Mossakowska
Dyrektor Departamentu Marketingu
i Elektronicznych Kanałów Dystrybucji
BRE Banku S.A.*

BRE Bank zaliczany jest do grona najważniejszych instytucji finansowych w Polsce pod względem posiadanego kapitału, rozmiarów działalności, tempa rozwoju, różnorodności oferowanych produktów oraz wysokiego poziomu technologii bankowej. Dostarczając usług finansowych najwyższej jakości i intensywnie rozwijając ofertę przeznaczoną dla klientów korporacyjnych BRE Bank S.A. utrzymuje wysoki udział w rynku usług bankowych dla dużych korporacji i instytucji. Bogata oferta, m.in. w zakresie rozliczeń, zarządzania płynnością, bankowości elektronicznej i dostępu do źródeł finansowania, pozwala zaspokoić szeroki zakres potrzeb małych, średnich i dużych przedsiębiorstw oraz korporacji. BRE Bank S.A. jest też cenionym specjalistą w obsłudze transakcji związanych z handlem zagranicznym.

Sytuacja

Stale zmieniające się i rosnące oczekiwania klientów w stosunku do obsługi bankowej i produktów finansowych powodują, że rynek bankowych usług finansowych jest rynkiem silnie konkurencyjnym. Każda instytucja finansowa, która chce utrzymać lub wzmocnić swoją pozycję na tym rynku musi zbudować przewagę konkurencyjną, która w ocenie klientów, uzasadni decyzję o korzystaniu z jej usług.

Kluczem do decyzji o obszarach, w których taką przewagę należy budować jest wiedza na temat zachowań i preferencji klientów. Dzięki niej można trafnie budować i doskonalить produkty finansowe oraz konstruować z nich dedykowaną ofertę, tak by lepiej odpowiadała potrzebom klientów i pozwalała docierać do nich przy jak najniższych kosztach. Naturalnym źródłem wartościowej wiedzy o klientach są gromadzone dane.

„Uznaliśmy, że wiedza o klientach, pochodząca z gromadzonych przez nas danych, będzie zarówno znaczącym dodatkowym źródłem informacji dla kierownictwa Banku, jak i nieocenionym źródłem bezpośrednich rekomendacji dla służb obsługi klientów.”

powiedziała Beata Mossakowska, Dyrektor Departamentu Marketingu i Elektronicznych Kanałów Dystrybucji BRE Banku S.A.

Problem

BRE Bank S.A. staje codziennie przed problemem pozyskiwania wiedzy z ogromnej ilości danych o klientach, produktach i transakcjach, gromadzoną w wielu systemach operacyjnych Banku. Szczególnie istotną rolę odgrywa wiedza o charakterze syntetycznym tzn. identyfikacja istotnych zależności i trendów.

„Z naszych doświadczeń wynikało, że posiadanie danych oraz standardowych systemów raportowania nie zaspokaja naszych potrzeb w zakresie wiedzy o klientach. Dlatego zdecydowaliśmy się pójść dalej i wykorzystać pogłębioną analizę danych – statystykę i data mining” powiedziała Beata Mossakowska, Dyrektor Departamentu Marketingu i Elektronicznych Kanałów Dystrybucji BRE Banku S.A.

Z drugiej strony wiedza ta musi być szeroko i łatwo dostępna w Banku, by można było efektywnie wykorzystać ją w każdej sytuacji.

Rozwiązanie

Bank BRE S.A. postawił na prowadzenie działań nakierowanych na zwiększenie wartości klientów oraz zwiększenie liczby wartościowych klientów poprzez pozyskiwanie nowych i zatrzymywanie dotychczasowych klientów.

W bazach danych BRE Banku S.A. przechowywanych jest wiele potencjalnie wartościowych informacji. Jedną z kluczowych kwestii był wybór optymalnego dostawcy narzędzi analitycznych i know-how, we współpracy z którym BRE Bank S.A. podjąłby budowę systemu wspomagającego powyższe cele – CRM Analityczny.

Decyzja o wyborze i wdrożeniu rozwiązań SPSS, wynikała ze sprawdzonego standardu narzędzi analitycznych SPSS, a także dużego

*Zastosowanie systemu CRM
Analityczny opartego
na elastycznych
i skalowalnych narzędziach
SPSS, zapewniło nam
rozwiązanie na miarę
nowoczesnego banku
korporacyjnego XXI wieku.*

”

*Krzysztof Karabula
Dyrektor Departamentu Systemów
Informacyjnych BRE Banku S.A.*

doświadczenia konsultantów SPSS w projektach analitycznych. Korzystanie ze sprawdzonego dostawcy pozwala otrzymać rzetelne i możliwie pełne informacje z danych przechowywanych w wewnętrznych systemach Banku. Pracownicy BRE Banku S.A. identyfikowali, iż bez narzędzi i odpowiednich analiz statystycznych oraz analiz data mining mogą jedynie określić, jaka jest ich obecna i przeszła sytuacja – niemożliwym jednak było wykrycie reguł leżących u podstaw analizowanych zagadnień i wyznaczenie nowych kierunków działania. We współpracy z ekspertami SPSS Polska, bazując na sprawdzonej metodologii CRISP-DM pracownicy BRE Banku S.A. wytypowali szereg projektów analitycznych, które stanowią istotny element projektu doskonalenia wiedzy o klientach Banku i budowy systemu CRM Analityczny.

Pierwszym krokiem w procesie pozyskiwania wiedzy o klientach BRE Banku S.A. była realizacja wraz z SPSS Polska projektu pilotażowego „Analiza Wartości Klientów”. Pozwolił on na identyfikację i opisanie reguł rządzących zjawiskiem wartości klientów korporacyjnych, co umożliwi ukierunkowanie działań na zwiększanie wartości klientów dla Banku, podnoszenie ich satysfakcji z oferowanych usług, a także zapobieganie ich odchodzeniu do konkurencji. W ramach projektu pilotażowego podjęto wyzwanie przeprowadzenia segmentacji i profilowania klientów ze względu na ich wartość oraz korzystania przez nich z poszczególnych produktów.

Korzystając z oferowanych przez specjalistów z SPSS rozwiązań drążenia danych BRE Bank S.A. zidentyfikował potrzeby swoich klientów. Pozwoliło to na modyfikację, a także stałe aktualizowanie oferty produktowej pod kątem potrzeb klientów. W najbliższej przyszłości działania marketingowe Banku będą koncentrować się na klientach aktualnie przynoszących wartość oraz na klientach o wysokiej potencjalnej wartości.

SPSS Polska
ul. Raclawicka 58
30-017 Kraków
tel./faks 012.636.96.80
tel./faks 012.636.07.91
tel./faks 012.636.45.35
e-mail: info@spss.pl
www.spss.pl
www.analizadanych.pl
www.webmining.pl

W wyniku zrealizowanego projektu został przygotowany i wdrożony przez SPSS w BRE Banku S.A. system CRM Analityczny. Zaimplementowane narzędzia (Clementine, Answer-Tree, SPSS) posiadają dużą moc analityczną, a jednocześnie są proste w obsłudze, co umożliwia szybkie przygotowanie i wdrożenie pracowników Banku do pracy z nimi.

Dzięki skalowalności systemu analitycznego i wykorzystaniu architektury klient-serwer możliwa jest analiza naprawdę dużych zbiorów danych.

„Ze względów technologicznych oraz ze względu na charakterystykę bankowości korporacyjnej, poziom trudności zagadnienia analizy tak dużej ilości danych pochodzących z różnych systemów oraz dystrybucji jej wyników, jest bardzo wysoki. Zastosowanie systemu CRM Analityczny opartego na elastycznych i skalowalnych narzędziach SPSS, zapewniło nam rozwiązanie na miarę nowoczesnego banku korporacyjnego XXI wieku.” powiedział Krzysztof Karabula, Dyrektor Departamentu Systemów Informacyjnych BRE Banku S.A.

Istotne jest, iż prezentacja i dystrybucja wyników jest nieskomplikowana. Do korzystania z raportów wystarczy zwykła przeglądarka internetowa, bez konieczności instalacji specjalnego oprogramowania. Zaimplementowane modele SPSS oraz wyniki analiz ułatwiają osobom decyzyjnym rozpoznawanie pojawiających się możliwości i szans biznesowych.

Rezultaty

Wdrożenie systemu CRM Analityczny opartego na narzędziach analitycznych SPSS, pozwala pracownikom BRE Banku S.A. na stały dostęp do wyników szerokiego spektrum analiz predefiniowanych, jak również na efektywne prowadzenie różnorodnych analiz ad-hoc, stosownie do zmieniających się potrzeb i uwarunkowań biznesowych Banku. Elastyczność i łatwość wykorzystania narzędzi SPSS umożliwia analitykom błyskawiczne dostarczanie osobom decyzyjnym nowej, aktualnej wiedzy o rynku, produktach i klientach, a także na dalszą rozbudowę systemu.

„Już dzisiaj wiedza, którą uzyskujemy dzięki systemowi CRM Analityczny jest niezmiernie wartościowa, a przecież to tylko przedsmak tego, co zamierzamy osiągnąć w przyszłości. Dzięki wykorzystaniu nowoczesnych narzędzi analitycznych SPSS i współpracy z ekspertami SPSS, możliwość wykorzystania pogłębionej wiedzy o klientach w niemal każdym obszarze działalności Banku, przestała być dla nas tylko teorią i pieśnią przyszłości.” powiedziała Beata Mossakowska, Dyrektor Departamentu Marketingu i Elektronicznych Kanałów Dystrybucji BRE Banku S.A.