

Marketing Dynamics

WYZWANIE

Budowanie dla swoich klientów bardziej opłacalnych strategii marketingu bezpośredniego.

ROZWIĄZANIE

Przekształcenie dużych wolumenów danych konsumenckich w informacje wartościowe dla procesu decyzyjnego.

REZULTAT

- Głębsze zrozumienie danych zgromadzonych o konsumentach;
- Zdolność tworzenia bardziej dochodowych strategii;
- Odkrycie i pozyskanie dostępu do nowych segmentów rynku;
- Wypracowanie zysków z udzielania licencji na użytkowanie modeli zbudowanych wraz z SPSS.

*Nie wiem, jak robiliśmy
te wszystkie rzeczy, zanim
uzyskaliśmy dostęp
do systemu SPSS*

”

David Jedele
właściciel Marketing Dynamics

Dla firm konsultingowych proces analizowania dużych wolumenów danych, prowadzenia rzetelnej i trafnej analizy marketingowej produktu, nie jest jedynie dodatkiem, a wręcz koniecznością.

Głębsze zrozumienie zgrupowanych danych o konsumentach

„Nie wiem, jak robiliśmy te wszystkie rzeczy, zanim uzyskaliśmy dostęp do systemu SPSS”, powiedział David Jedele, właściciel MARKETING DYNAMICS – grupy konsultingowej z Norwalk w stanie Connecticut, osiągającej niespodziewane sukcesy. „Przed SPSS nie posiadaliśmy żadnego narzędzia do opracowywania danych marketingowych. SPSS sprawił, że nasza praca stała się o wiele prostsza i dodatkowo wzrosła produktywność naszego zespołu”.

Zdolność tworzenia bardziej dochodowych strategii

Techniki analizy danych dostępne w ramach pakietu SPSS, takie jak: wyświetlanie wartości obserwacji (listowanie), agregacja danych, czy analiza skupień, umożliwiły Jedele i jego zespołowi marketingu dogłębne zrozumienie danych o konsumentach i tworzenie bardziej dochodowych działań marketingu bezpośredniego. Na liście klientów MARKETING DYNAMICS znajdują się: CARTIER, BENJAMIN MOORE & COMPANY, SMITHKLINE BEECHAM, AMERICAN EXPRESS PUBLISHING i wiele innych znanych firm.

Odkrycie i pozyskanie dostępu do nowych segmentów rynku

MARKETING DYNAMICS wykorzystowało system SPSS, by pomagać klientom budować dochodowe i efektywne działania marketingu bezpośredniego. Dzięki temu klienci MARKETING DYNAMICS mogli lepiej zrozumieć swoich konsumentów, odkryć nowe segmenty rynku i z sukcesem realizować kampanie marketingu bezpośredniego celem ich pozyskania.

Wypracowanie zysków z udzielania licencji na użytkowanie modeli zbudowanych wraz z SPSS

Dzięki osiągniętemu sukcesowi MARKETING DYNAMICS mogła nawet zdecydować się na sprzedaż innym firmom, na zasadach licencji, opatentowanych modeli analitycznych zbudowanych za pomocą pakietu SPSS. „Używamy pakietu SPSS do budowania modeli predykcyjnych. Na przykład, za pomocą SPSS stworzyliśmy model nazywany MoneyMarket\$ID, który przewiduje wartość netto, płynność i ryzyko odrzucenia na poziomie gospodarstw domowych. Udzielamy licencji na ten model innym instytucjom.”

W miarę, jak MARKETING DYNAMICS zdobywa coraz więcej klientów i kolejne obszary usług konsultingowych, Jedele planuje jeszcze szerzej wykorzystywać pakiet SPSS. „Zostaliśmy wiernymi i gorliwymi użytkownikami SPSS. Nie ma teraz dnia, byśmy nie używali tego oprogramowania.”

SPSS POLSKA
ul. Ractawicka 58
30-017 Kraków
tel./faks 012.636.96.80
e-mail: info@spss.pl
www.spss.pl
www.analizadanych.pl
www.webmining.pl