

# Virgin Mobile

*Narzędzia SPSS  
umożliwiają nam  
dotarcie bliżej klienta  
i przewidzenie, która  
kampania będzie  
skuteczniejsza  
dla każdego z nich*



Caroline Schmidt  
specjalistka CVM  
VIRGIN MOBILE

## SYTUACJA

Virgin Mobile to pierwszy na świecie wirtualny operator telefonii komórkowej (MVNO). Oferuje swoje usługi głównie w Wielkiej Brytanii, Indiach, Australii, Kanadzie, Republice Południowej Afryki, Stanach Zjednoczonych i Francji. Od listopada 1999 r., kiedy po raz pierwszy marka VIRGIN MOBILE pojawiła się w Wielkiej Brytanii, operator zajmuje czołowe miejsce na tym rynku. Obecnie jest jedną z najlepiej rozpoznawalnych marek na świecie.

## WYZWANIE

Rosnące zainteresowanie marką oraz powiększająca się liczba klientów wymaga odpowiednio dobranych działań marketingowych. Wyzwaniem dla operatora stała się możliwość efektywnego docierania z właściwie dopasowaną ofertą do odpowiednich grup użytkowników przy minimalizacji kosztów. Z tego punktu widzenia istotne było nie tylko kierowanie odpowiednio spersonalizowanej oferty, ale również zaoferowanie jej właściwym kanałem i we właściwym czasie uwzględniając największe prawdopodobieństwo akceptacji przez klienta.

## ROZWIĄZANIE

VIRGIN MOBILE wybrał SPSS PREDICTIVEMARKETING i CLEMENTINE, narzędzia firmy SPSS, do podnoszenia efektywności prowadzonych kampanii marketingowych, jak również w celu zapobiegania występowaniu zjawiska churn.

## KORZYŚCI

Narzędzia SPSS umożliwiają VIRGIN MOBILE analizować dane klientów oraz wyniki realizowanych wcześniej kampanii marketingu bezpośredniego. Pozwala to firmie wyodrębnić z bazy klientów właściwą ich grupę czy segment, do którego należy skierować planowaną akcję marketingową.

### wzrost efektywności strategii CRM z wykorzystaniem narzędzi SPSS

VIRGIN MOBILE każdego roku przeprowadza ponad 100 kampanii marketingowych. Właściwe targetowanie i dobieranie klientów do każdej kampanii pozwala operatorowi obniżyć koszty realizacji kampanii, zapobiegać odchodzeniu wartościowych klientów oraz zwiększać dochody z podejmowanych akcji marketingowych.

Przykładowo, wobec klientów wykazujących tendencję do rezygnacji z usług operatora, jeszcze przed datą expiracji umowy, prowadzone są ukierunkowane akcje lojalnościowe informujące o korzy-

ściach płynących z nowych, jak i obecnie wykorzystywanych usług. Takie działanie znacznie lepiej poprawia efektywność prowadzonych kampanii, aniżeli działania realizowane na zasadzie ad hoc.

Wykorzystanie narzędzi SPSS umożliwia VIRGIN MOBILE lepiej zrozumieć preferencje i potrzeby klienta. Możliwość łączenia informacji o przeszłych i teraźniejszych wydarzeniach pozwala budować prognozy na przyszłość. Umożliwia to operatorowi budować kompletny obraz klienta oraz dostosowywać ofertę do indywidualnych jego potrzeb i zachowań. Przykładowo, VIRGIN MOBILE jest w stanie odpowiednio wcześniej przewidzieć prawdopodobieństwo wystąpienia zjawiska churn a następnie podjąć

stosowne działania czy kampanie w celu przeciwdziałania i zapobiegania jego powstawaniu. Z tego punktu widzenia nie tylko kierowanie odpowiednio spersonalizowanej oferty, ale również zaoferowanie jej właściwym kanałem i we właściwym czasie uwzględniając największe prawdopodobieństwo akceptacji przez klienta, daje faktyczną wartość dodaną.

„Dopóki konkurencja rozpoczyna działania w tej branży, dopóty pozyskiwanie lojalności klientów będzie kluczem do sukcesu” mówi Caroline Schmidt, specjalistka CVM w VIRGIN MOBILE. „Do tej pory byliśmy jedynie w stanie zwiększyć skuteczność zarządzania relacjami z klientem dzięki lepszej znajomości ich potrzeb”.

„Narzędzia SPSS umożliwiają nam dotarcie bliżej klienta i przewidzenie, która kampania będzie skuteczniejsza dla każdego z nich. Takie podejście gwarantuje obustronną korzyść – klienci otrzymują jedynie takie komunikaty, na które są skłonni odpowiedzieć z największym prawdopodobieństwem, a firma osiąga wyższy poziom odpowiedzi oraz zwrot w postaci większych przychodów z realizowanych kampanii. Takie podejście to prawdziwy system CRM nowej generacji” kontynuuje Caroline Schmidt.

„Jeżeli organizacje zamierzają przetrwać w dzisiejszym świecie, to niezbędne jest nowatorskie podejście do systemu zarządzania relacjami z klientami” dodaje Jack Noonan, CEO i prezes SPSS. „Firmy takie jak VIRGIN MOBILE tworzą nowe standardy CRM nie tylko poprzez analizowanie skuteczności każdej kampanii, ale również wykorzystywanie tych informacji i zdobytej w ten sposób wiedzy do przewidywania przyszłych efektów. Takie podejście pozwala skutecznie zapobiegać zjawisku churn oraz zwiększać ROI akcji marketingowych, jak również podnosić zyskowność działań cross-sell”.

---

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

**SPSS**