

Razvoj novih storitev z manjšim tveganjem (Q²T)

50. Marketinški fokus, Ljubljana, 15.6.2011

Miha VogelNIK, Valicon, partner

© 2011, Valicon



Zgodovinsko gledano v storitvenem sektorju je prevladovalo (in se še čuti) produktno razmišljanje

Storitve

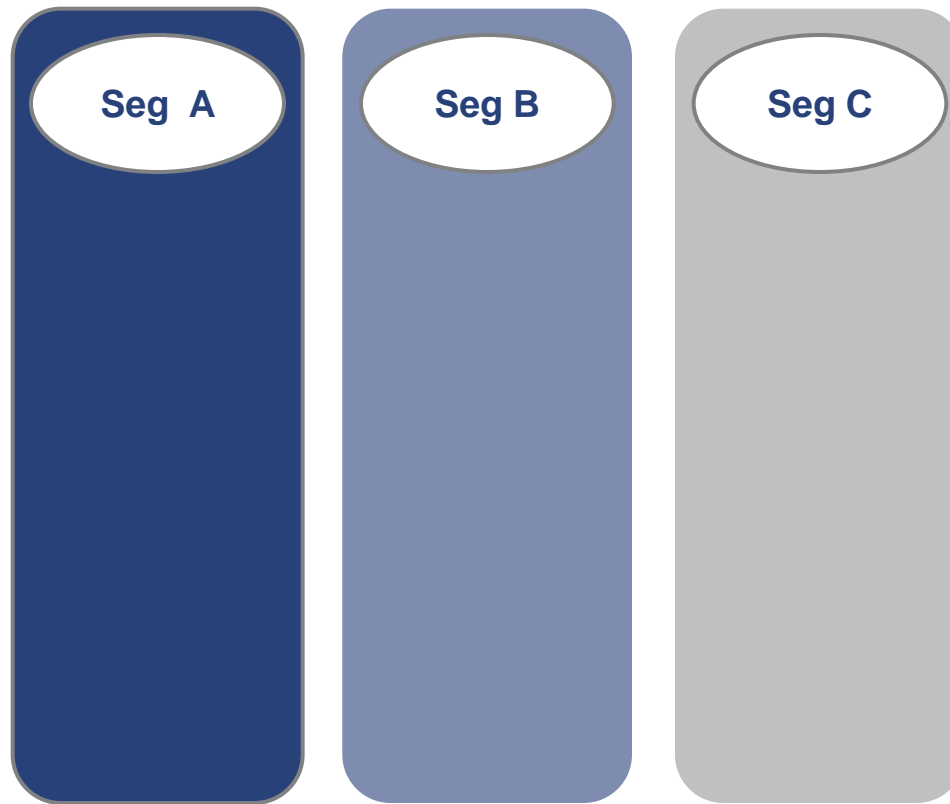


STOR 1

STOR 2

STOR 3

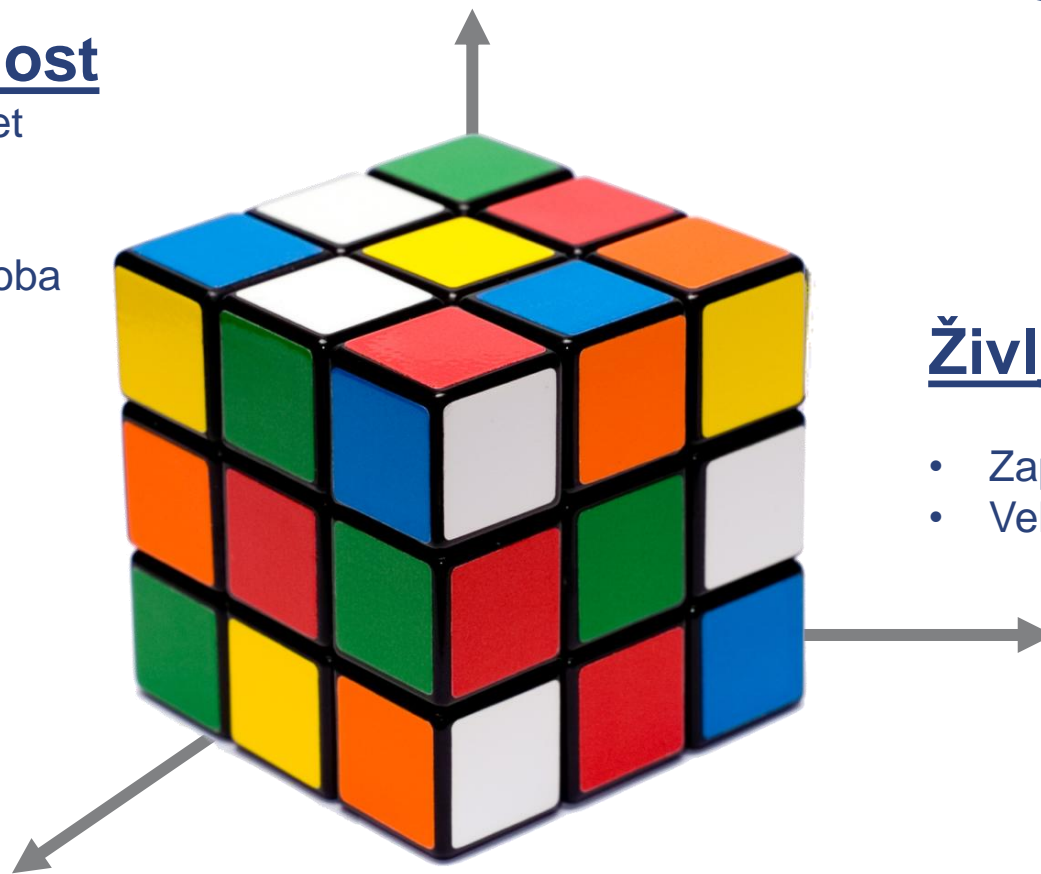
Segmentno razmišljanje v neki obliki obstaja, vendar se ga ne uporablja pri upravljanju s strankami



Primarna segmentacija sestavljena iz različnih dimenzij vedenja strank

Vrednost

- Promet
- LTV
- RFM
- Zvestoba
-



Življenski-cikel

- Zaposlitveni status
- Velikost gospodinjstva

Življenski stil

- Trendi
- Vrednote
- Aktivnosti

ABANKA

Osebnostne finance | Poslovne finance | Privatno bančništvo

Poiščimo rešitve
Banka za vse življenje

Domov > Osebnostne finance > Poiščimo rešitve

Stopili smo iz bančne togosti in se živeli z vaše in tudi naše življenjske preizkušnje. Naj bo življenje še tako nestanovitno, želimo si, da bi bilo naše sodelovanje z vami neomajno, tudi zato, ker znamo skupaj polskati pravo pot. Prizadevali si bomo, da postanemo in ostanemo vaša banka za vse življenje.

Šolanje otroka
Uspešno šolanje je oviskočna deska za uresničitev sanj, ki predstavlja tudi precejšen finančni zalogaj.

Potovanje
Potep po svetu bogati izkušnjo vrnite domov, še posebej, če se pred odhodom dooro pripravite na vse preizkušnje.

Nakup avtomobila
Če ste v pestri ponudbi prav tak avto kot si ga želite, ste že napoli na konju. Načrt financiranja pa zaupajte banki.

Poroka
Naj bo preprosta ali pravcat podvig, razmislite o virih za izpeljavo dogodka ni odveč.

Nakup nepremičnine
Ne glede na vrsto nepremičnine, gradove v oblikih postavijo na trdne temelje le zanesljivi bančni viri.

Darila
Vsako darilo ima posebno sporočilno vrednost. Ne pozabimo na plemenito dobrotelost.

Segmentacija po življenjskem ciklih/situacijah

Oglejte si še ostale življenjske situacije

življenjska situacija	naš pogled nanjo
<u>Rojstvo otroka</u>	Ko družinico razveseli nov družinski član, so na prvem ravnost, toplina, varnost in občutek sprejetosti. Veselju kmalu pridružijo načrti za otrokovo vzgojno in ekonomsko popotnico v prihodnost. Poskrbimo skupaj za varno breme odraščanje.
<u>Financiranje študija</u>	Novega znanja ni nikoli dovolj in za študij ni nikoli prežg prepozno. Le naložbo vanj je treba pravočasno predvide priskrbeti zanj sredstva. Skupaj bomo dosegli, da se va v znanje nekoč povrne.
<u>Prva zaposlitev</u>	Prvič se podajate po poti ekonomske samostojnosti in razvoja, zato potrebujete zanesljivo in sodobno osebno poslovanje, da boste svoj dragoceni čas lahko kar v naj namenili izzivom nove zaposlitve in uresničiti svojih cilj
<u>Prosti čas</u>	Verjamemo modrosti, da so zabava in sprostitve ob kor športnih in drugih malih zadovoljstvih pol zdravja. In kaj opravi z banko? Marsikaj, medtem ko kolesarite, recim spletna banka Abanet plačuje račune, ki ste jih vnesli v na deževni dan.

Segmentacija po življenjskem stilu + vrednosti i ciklu

Smartni telefon Nokia E7
 s poslovnimi aplikacijami
 in e-pošto Integral.



NOKIA
 Connecting People

12.11



LG Saffron

str. **10**

BlackBerry 9780 Bold

str. **14**

Nokia C6-01

str. **20**

Nexus S

str. **25**

Kazalo

Paketi A, B, C	6
Za najmlajše	8
Za babico in dedka	10
Zanjo	12
Stilski izziv	16
Zanj	20
Samo najboljše	24
Bodi Itak	28
Instant Internet	31
E-trgovina	34
Za dom in vikend	36
Pregled ponudbe	40

Prazniko 20. rojstni dan. V Mobilnem centru vas pričakamo s posebno bogato ponudbo storitev, mobilnih, dodatne opreme ... Vabljani!

Za večjo preglednost so priključeni listnaci mobilne opreme z ikonami:

- nadgradnja UMTS-a (hitrejši prenos podatkov k uporabniku)
- nadgradnja UMTS-a (hitrejši prenos podatkov od uporabnika)
- UMTS-mobitel
- vgrajen GPS sprejemnik
- odjemalco e-pošte
- MMS-protokoli
- MP3-predvajalnik
- Bluetooth™
- fotoaparati
- brezžični dostop
- potisna e-pošta Integral
- predvajalnik za Mobilno TV
- spletna kamera

Mobicelova ponudba
 Pomlad 2011
 Izdajatelj: MOBITELO, d. d., 1537 Ljubljana

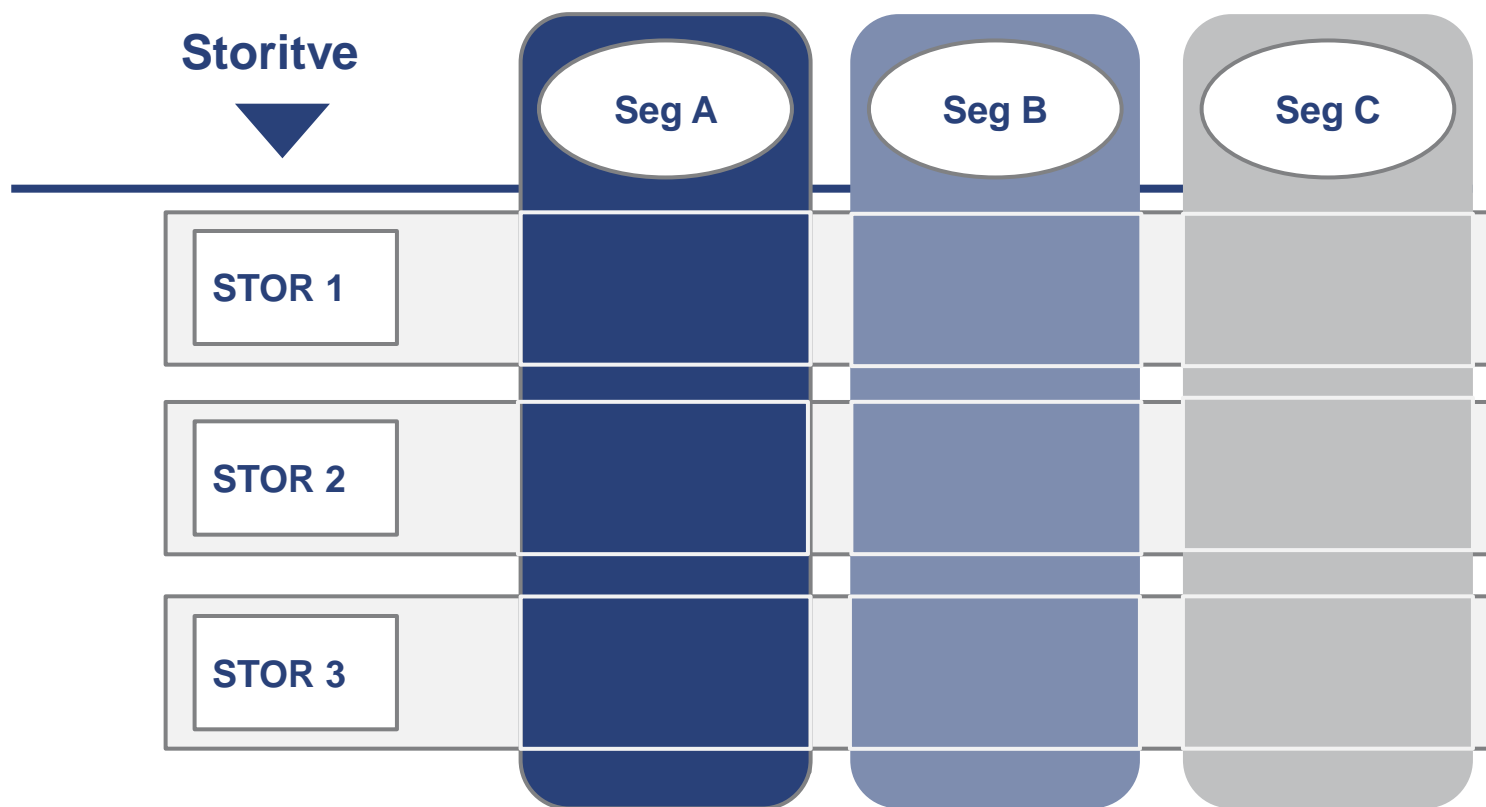
Za mobilne tiskarske naloge ne odgovarjamo. Mobicel si pridržuje pravico do sprememb in in dopolnil v ponudbi mobilnih in storitev po izidu kataloga. Vse cene in pogodbe priložne veljajo na dan izida kataloga, 30. 3. 2011. Slike so simbolične. Na vsejgo tudi obstajajo shematični prikazi na www.mobicel.si

*Prenos podatkov in stroški pošiljanja SMS se zaračunavajo po veljavnem ceniku vašega operaterja.

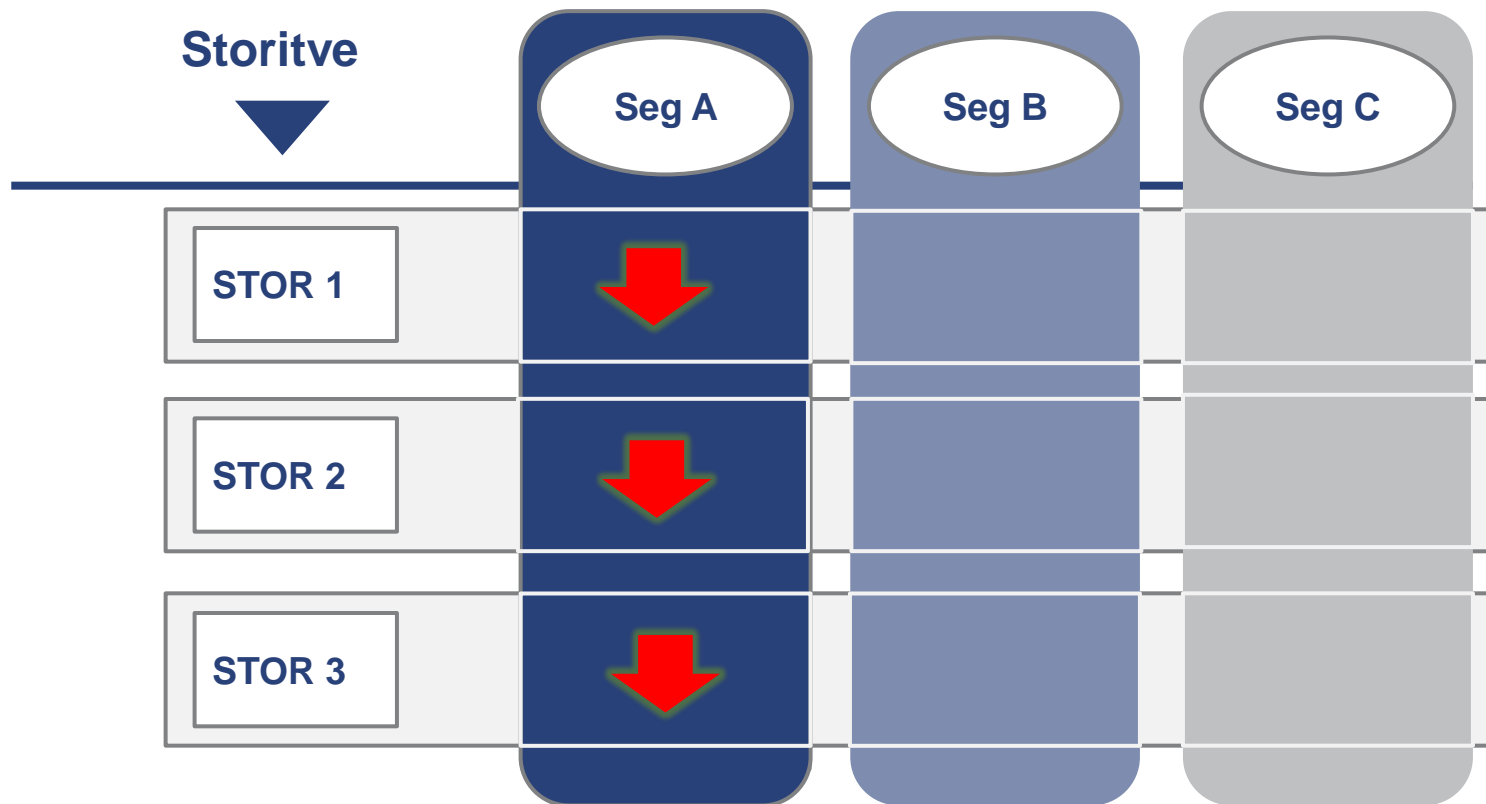


Skeniraj QR kodo ali pošlji SMS s ključno besedo APPE7 na 3838 in **izvedi več o novem pametnem telefonu Nokia E7.**

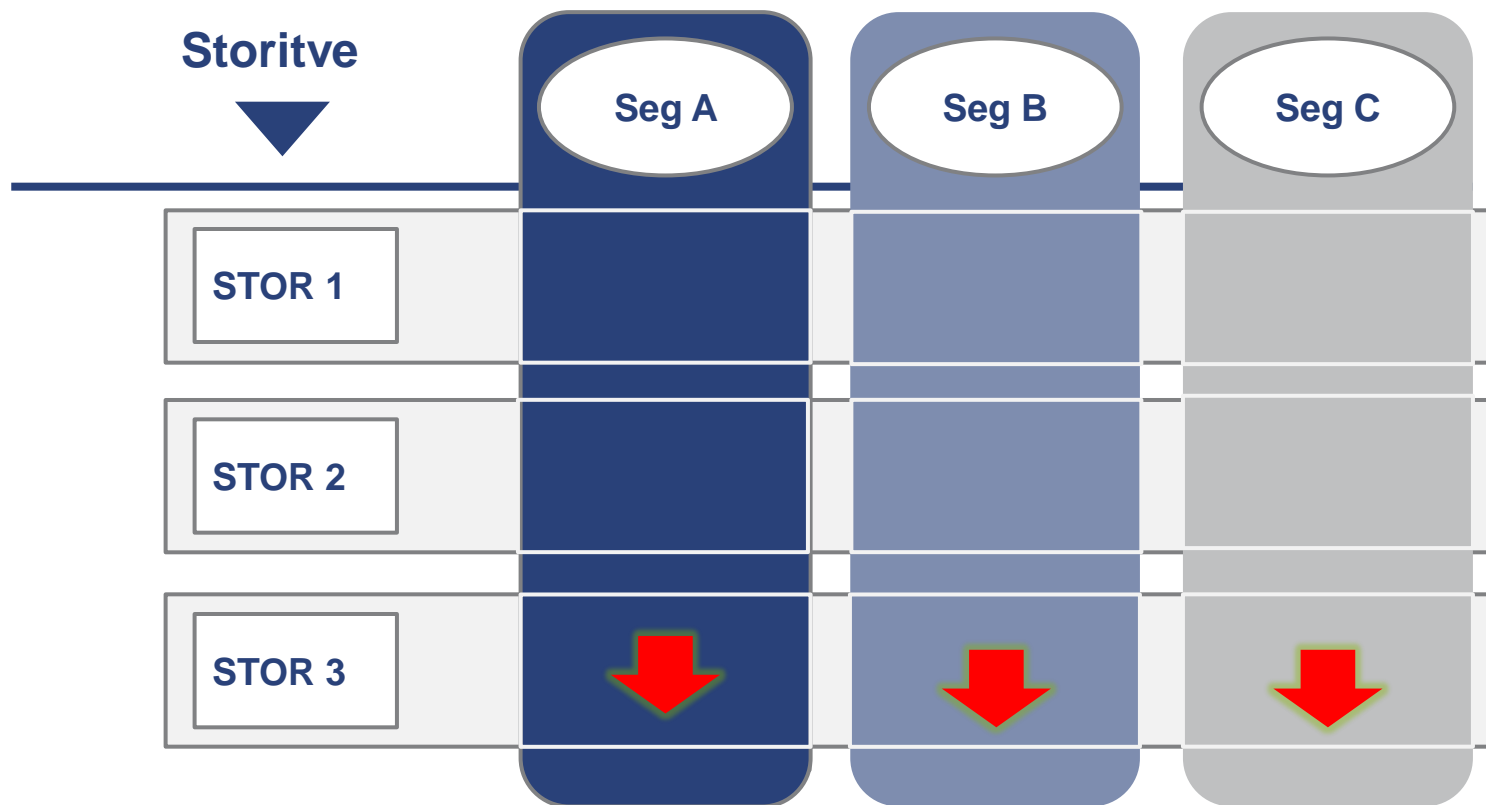
Primarna segmentacija za upravljanja s strankami



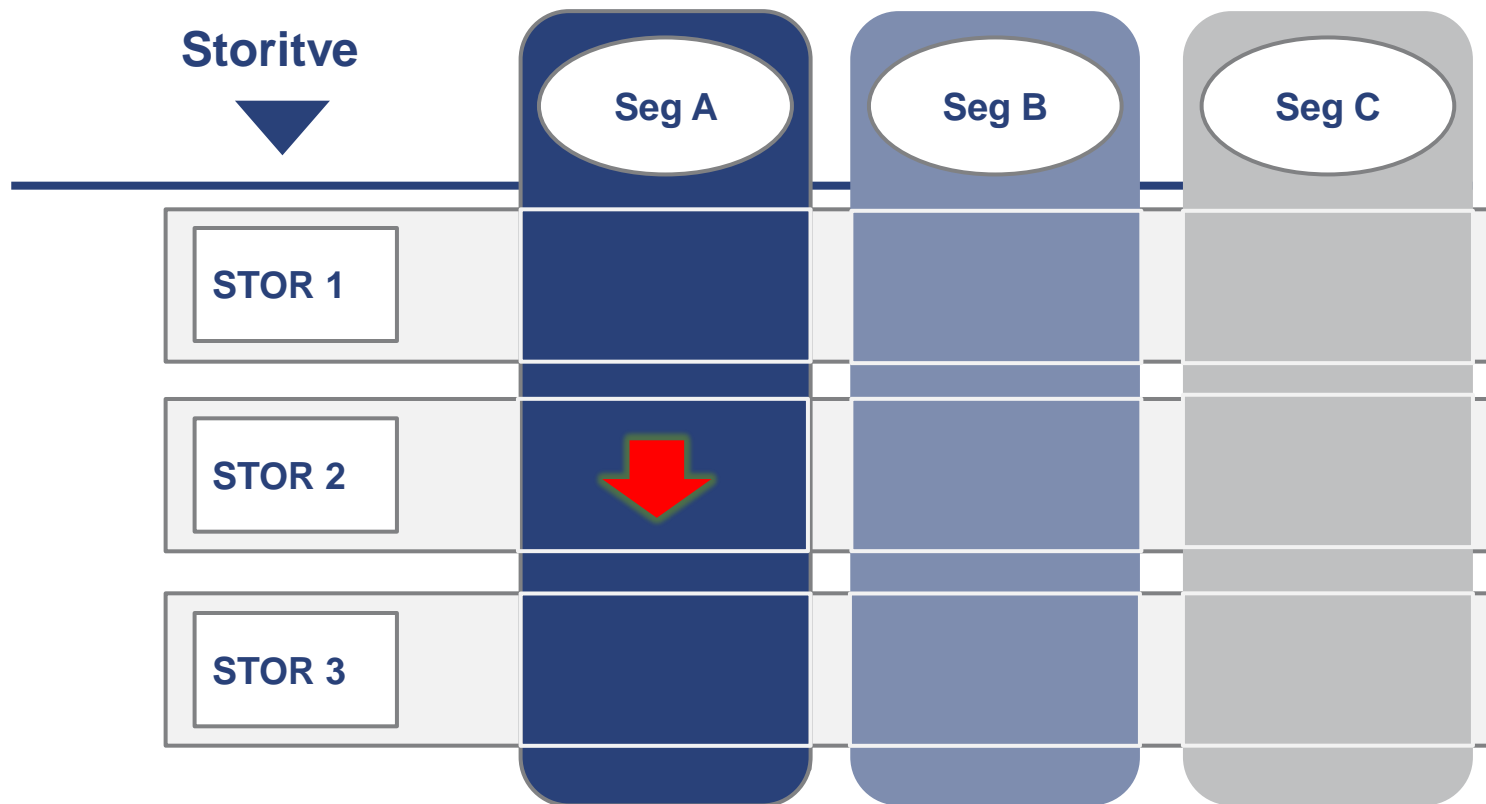
Stranke v segmentu se spreminjajo!



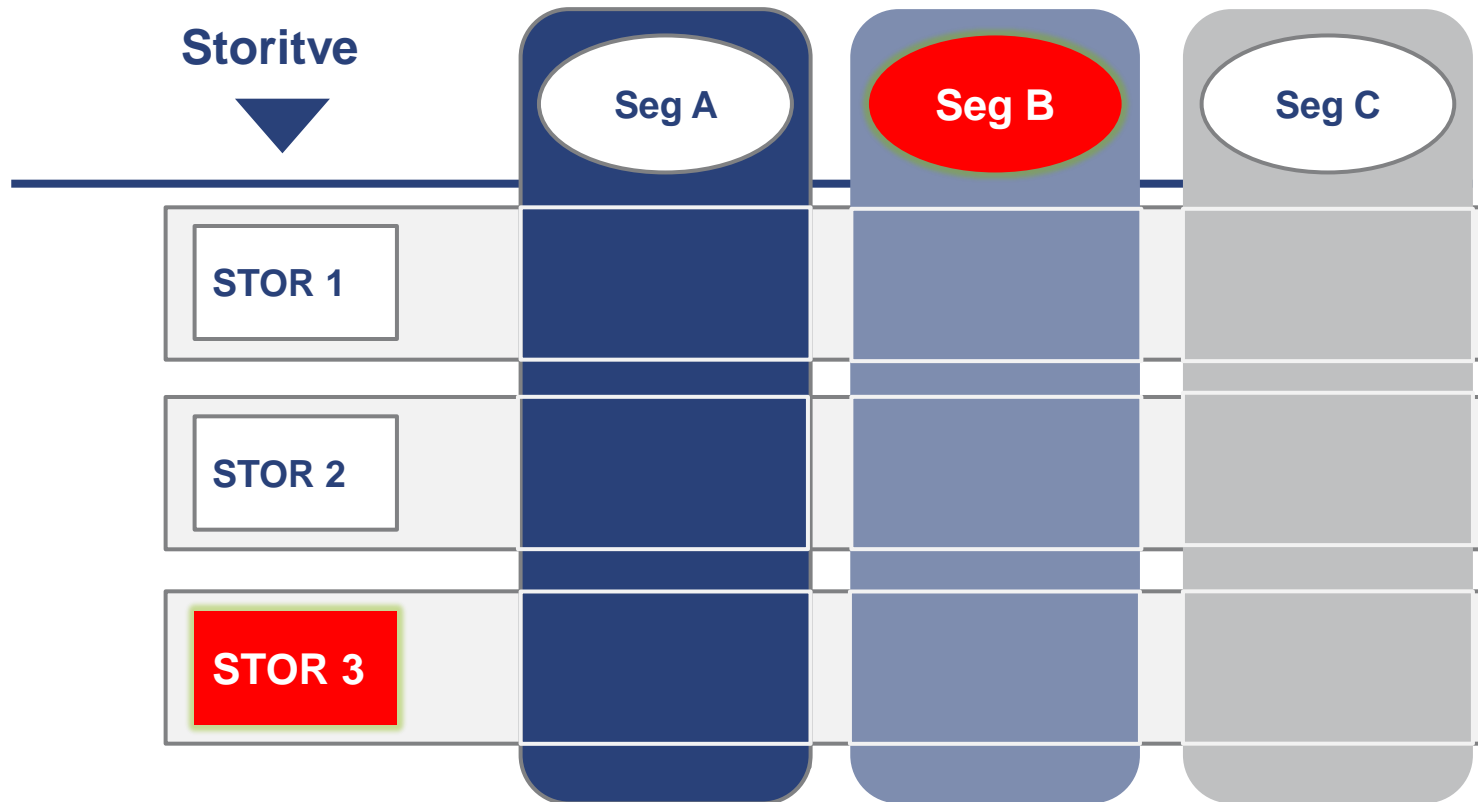
Izdelek/storitev ne dosega uspehov!



V določenem segmentu imamo imamo problem s izdelkom/storitvijo

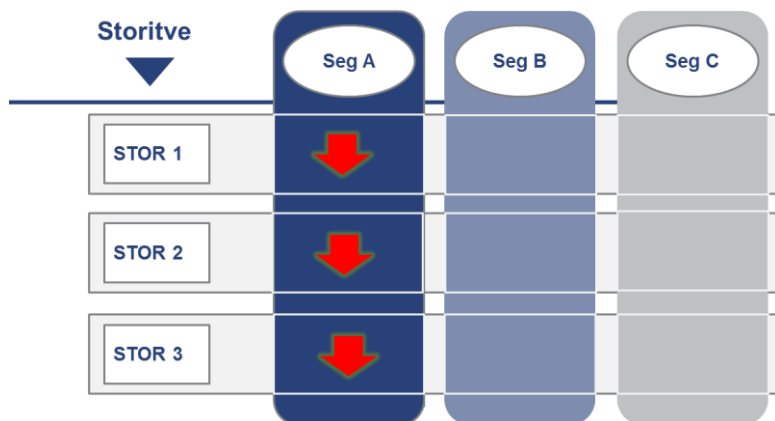


V podjetju obstaja ideja za nov (inovativen) izdelek/storitev

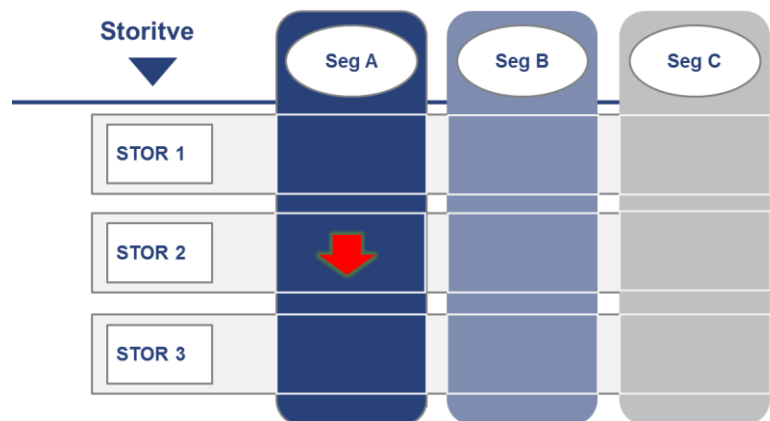


Usmeritve, ki izhajajo iz sprememb, tako zunanjih, kot notranjih

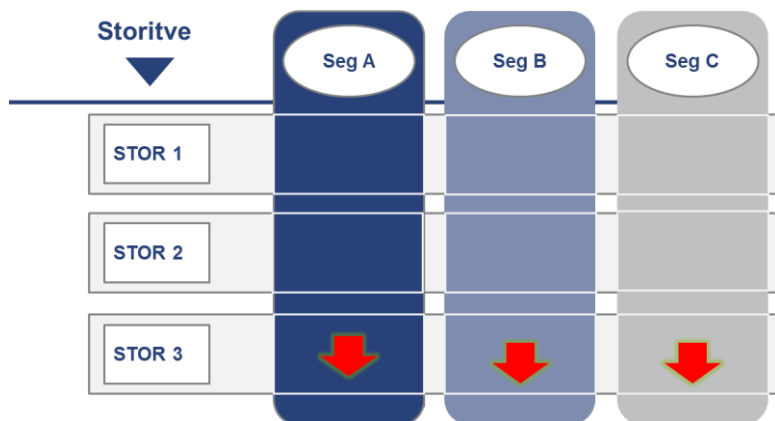
Problem z odnosom do segmenta - Razvoj novih produktov



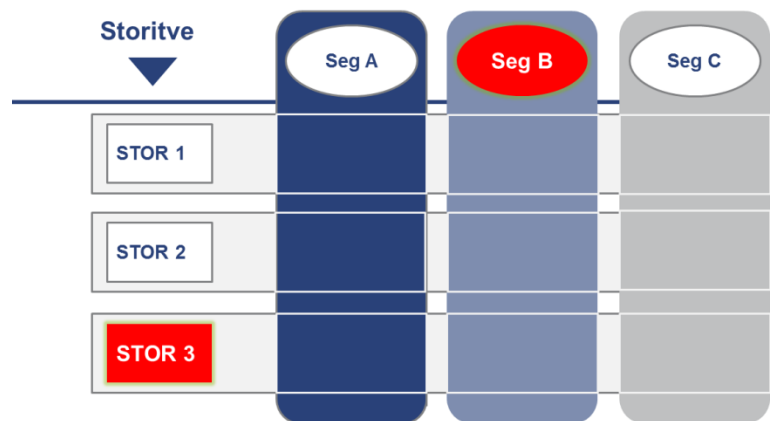
Problem s storitvijo v segmentu - Zamenjava ali preoblikovanje produkta



Problem s produktom v vseh segmentih - prilagajanje produktov



Ideja o novem (inovativnem) produktu pride s strani segmenta ali s strani razvoja



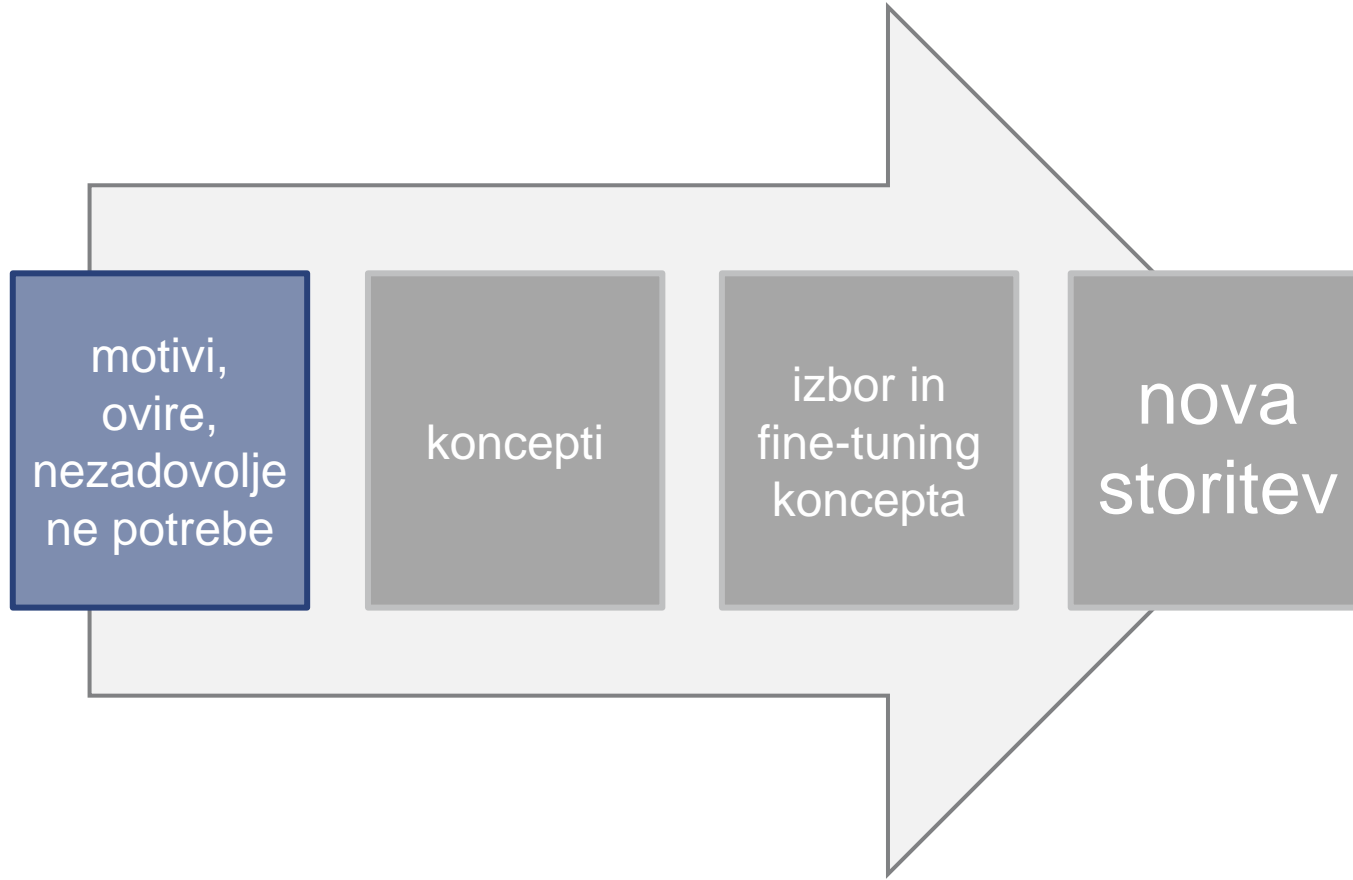
„Out of the bulb“



Biti prvi ali slediti?



V 3 korakih do rešitve!



Svoboda ali ujetništvo.



OPOMBA: Ilustrativen primer prikaza podatkov za avtomobilsko zavarovanje.

S strani potrošnikov... visokoteče. Potem realistično.

KONCEPT - STRANKE

- kasko zavarovanje + garancija na redne servise
- **ne glede na starost avtomobila**
- velja na kateremkoli servisu
- doplačilo do **30€ letno**, kritje **do 1000€**
- v primeru neizplačila, možno koristiti neizkoriščene bonitete iz preteklih let
- **takojšenj 50% bonus**

KONCEPTI - NAROČNIK

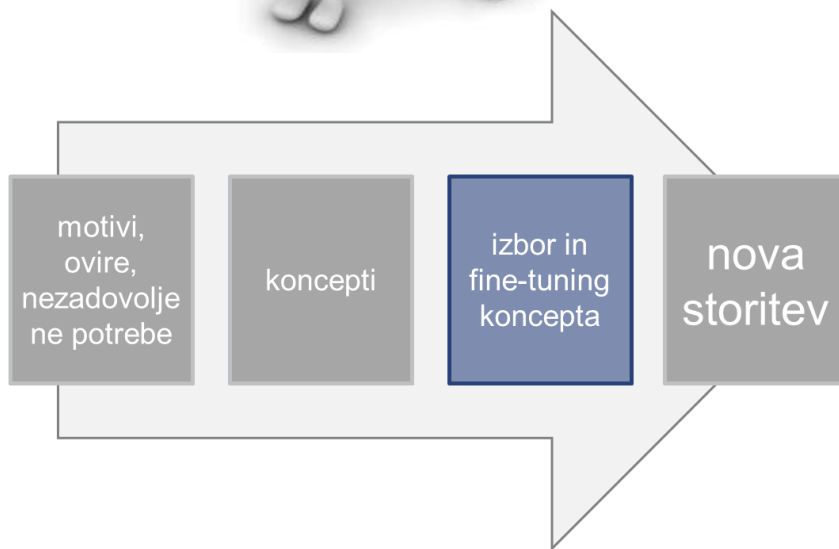


KONCEPT

RAZISKAVA



NA BAZI

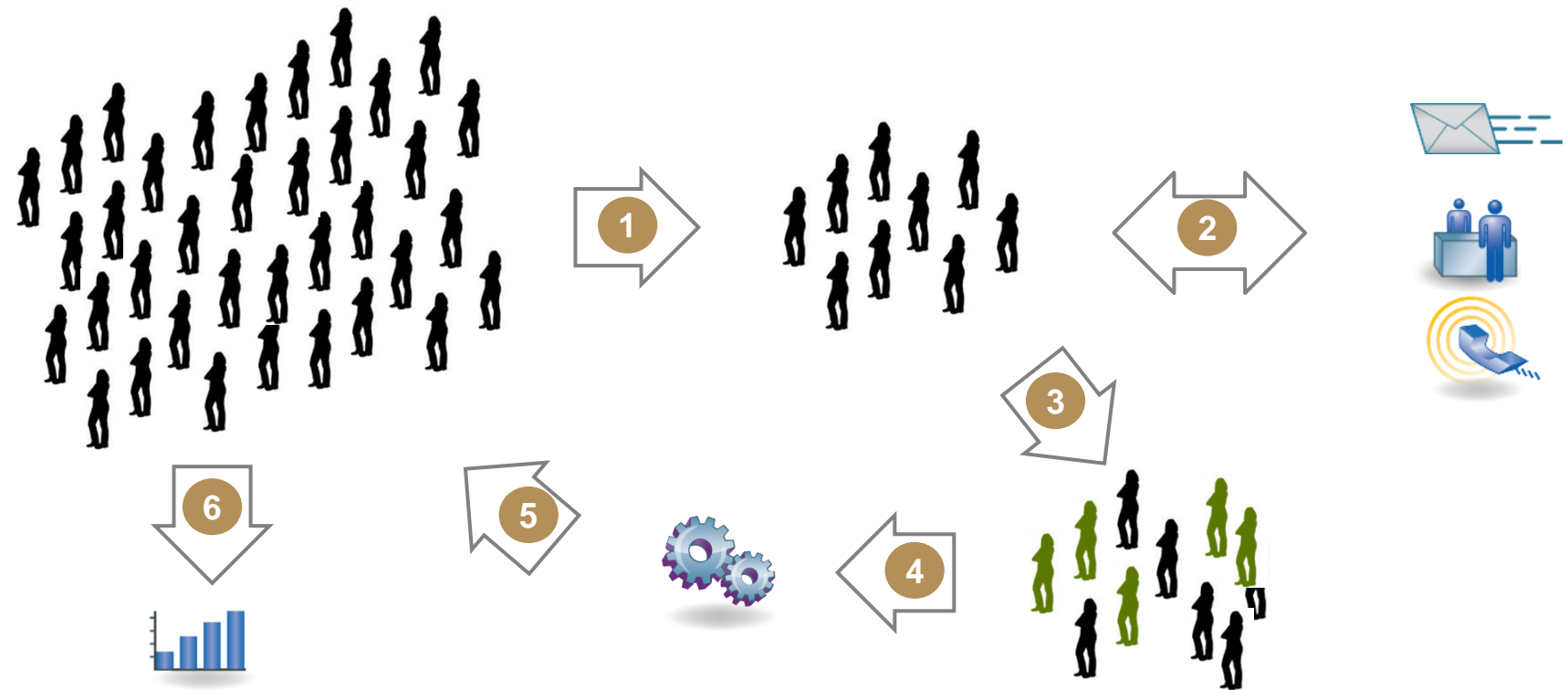


„Testna prodaja“

Segment A

Vzorec za „testno prodajo“

„Testna prodaja“



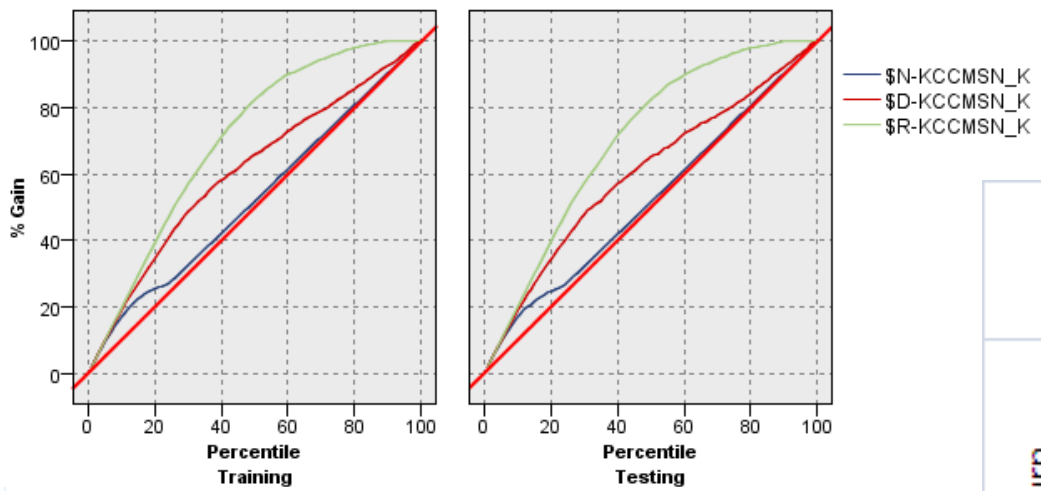
Ocena uspešnosti in potenciala

Razvoj Napovednega modela

Odaziv na ponudbo

Ne bojte se števil!

Kako dobro smo na podlagi testne prodaje ocenili, kdo so prave stranke. Najboljši model (CHAID) oblikuje pravo napoved za 82 strank, najslabši za 18% strank.



		low valued customer	mid valued customer	high valued customer
Propensity to churn (percentiles)	90-100	332	445	340
	80-90	922	763	503
	70-80	1233	813	723
	60-70	2343	1344	923
	50-60	3455	1833	1100
	40-50	12333	3443	2344
	30-40	16769	6399	4553
	20-30	17880	9332	6032
	10-20	19980	11004	7324
	0-10	24490	24550	9824

Results for output field KCCMSN_K

Individual Models

- Comparing \$N-KCCMSN_K with KCCMSN_K

'Partition'	1_Training	2_Testing
Correct	1,029 17.9%	724 18.46%
Wrong	4,720 82.1%	3,197 81.54%
Total	5,749	3,921
- Comparing \$D-KCCMSN_K with KCCMSN_K

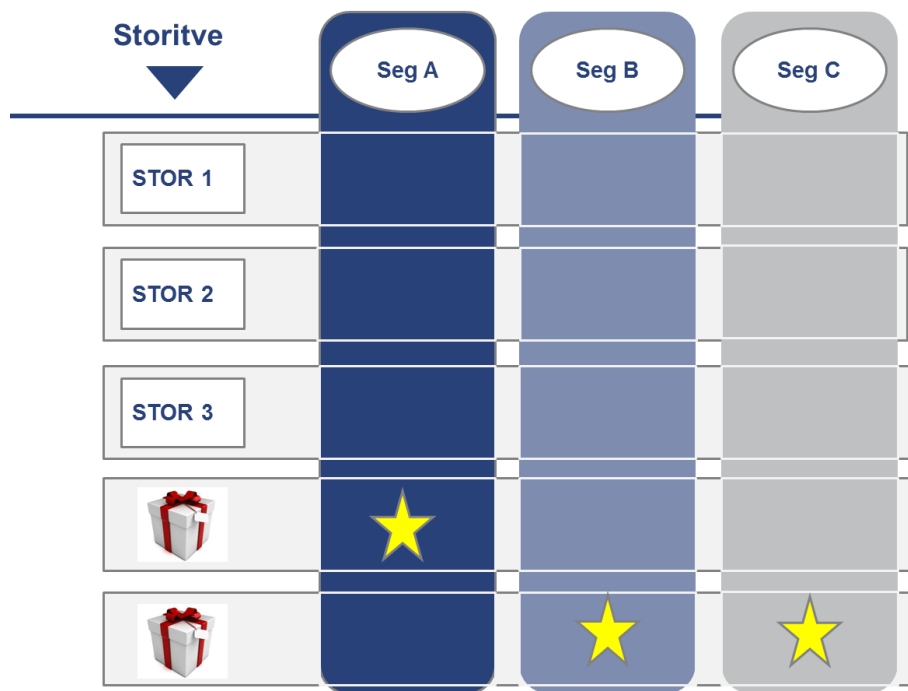
'Partition'	1_Training	2_Testing
Correct	3,895 67.75%	2,665 67.97%
Wrong	1,854 32.25%	1,256 32.03%
Total	5,749	3,921
- Comparing \$R-KCCMSN_K with KCCMSN_K

'Partition'	1_Training	2_Testing
Correct	4,755 82.71%	3,230 82.38%
Wrong	994 17.29%	691 17.62%
Total	5,749	3,921

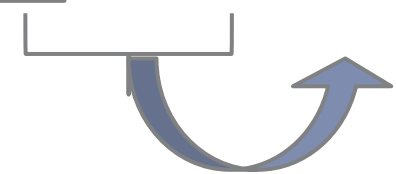
Agreement between \$N-KCCMSN_K \$D-KCCMSN_K \$R-KCCMSN_K

Ilustrativno

Prejemniki ponudbe izbrani na podlagi analitike in poslovnega znanja



Str_ID	Segment	...	CLV	Produkt A	SC_A
21332	A		1	0,85	1
23221	B		1	0,76	1
12323	A		4	0,56	2
23221	C		3	0,67	2
23222	A		2	0,92	1
15234	C		4	0,73	3

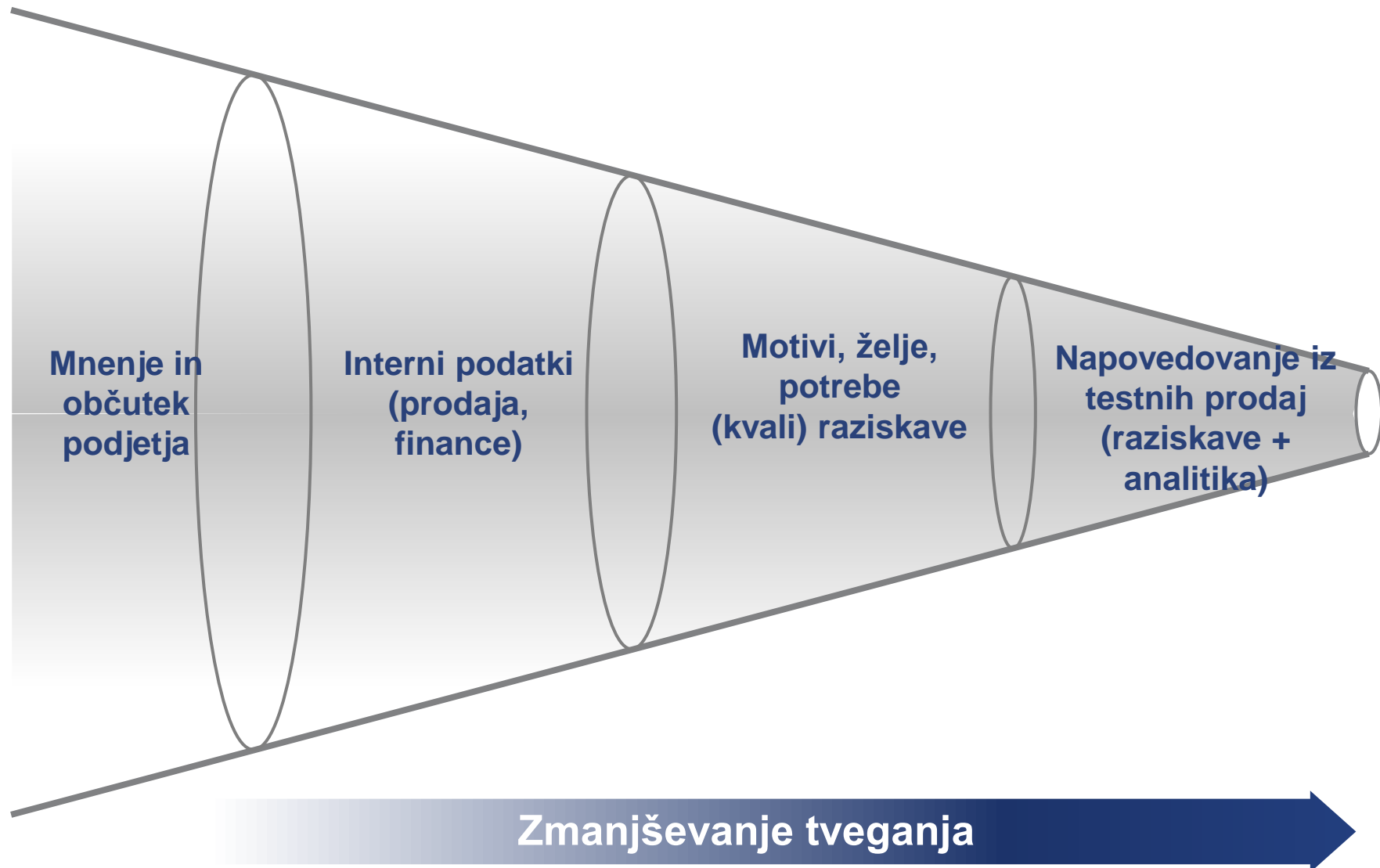


Sestavljeni indeks

Tehnološka podpora segmentacijskem načinu delovanja za bolj učinkovito delo



Zmanjševanje tveganja razvoja izdelka/storitve skozi različne faze





Za već informacij

info@valicon.net

VALICON Ljubljana
Kopitarjeva 2
1000 Ljubljana
T: +386 1 420 49 00
F: +386 1 420 49 60
info@valicon.net

VALICON Zagreb
Kninski trg 16
10000 Zagreb
T: +385 1 640 99 55
F: +385 1 640 99 56
info@valicon.net

VALICON Sarajevo
Ćobanija 6
71000 Sarajevo
T: +387 33 258 655
F: +387 33 258 656
info@valicon.net

VALICON Beograd
Kneza Miloša 25
11000 Beograd
T: +381 11 3625 186
F: +381 11 3613 266
info@valicon.net