

## Data mining

Vaše data ukrývají spoustu hodnotných informací a velký potenciál pro růst vaší společnosti. Umíte tento potenciál efektivně zhodnotit? Dokážete položit ty správné otázky a získat na ně cenné odpovědi?

Každá firma, která provozuje informační systémy, vlastní rozsáhlou databází údajů, které nejsou obvykle plně využívány. Data mining je proces získávání znalostí, vztahů a dříve neznámých informací z dostupných dat. Pod tímto pojmem se skrývá mnoho různorodých technik a postupů, jimiž jsou vstupní "surová" data upravována, čištěna a analyzována. Díky nesporným přínosům data miningu, zejména pro obchodní procesy, roste obliba tohoto druhu úloh a četnost jejich nasazení.

Pro každou z oblastí lidského konání lze využít předností dataminingu:

Jste společností, která potřebuje predikovat chování svých zákazníků, abyste je mohli cíleně oslovit s novou nabídkou? Pro optimální zacílení přímé reklamní kampaně je nesmírně cenná znalost pravděpodobnosti, s níž daný zákazník zareaguje pozitivně na konkrétní nabídku. Metodami dataminingu lze tuto pravděpodobnost odhadnout na základě dostupných dat o průběhu předchozích srovnatelných kampaní. Se znalostí této informace lze snížit náklady na cílenou reklamní kampaň o desítky procent při zachování její účinnosti.

Potřebujete lépe identifikovat klíčové zákazníky? V řadě velkých firem platí, že 80 % obratu firmy tvoří 20 % nejvýznamnějších zákazníků. Tuto základní formu segmentace na základě vybraných parametrů (v tomto případě výše obratu) umožňuje již většina analytických nástrojů. Segmentace metodami data miningu umožní nalézt a identifikovat segmenty napříč desítkami atributů zákaznické databáze. Marketingová práce s jednotlivými dílčími segmenty je pak podstatně efektivnější než práce s kompletní zákaznickou databází.

Chcete předejít odchodu zákazníka ke konkurenci? Na základě analýzy dřívějšího chování zákazníků, kteří v minulosti přešli ke konkurenci, lze odvodit modely chování, které přechodu ke konkurenci předcházejí. A náklady na udržení stávajícího zákazníka jsou podstatně nižší než náklady na získání zákazníka nového.

Na vytypovaného zákazníka, u něhož jsou identifikovány tyto typické vzory chování, můžete cíleně působit tak, aby se potenciálnímu přechodu ke konkurenci předešlo. Možných cest využití metod a postupů dataminingu je řada. Zajímá vás tato oblast? Kontaktujte nás.