

# Customer Relationship Management

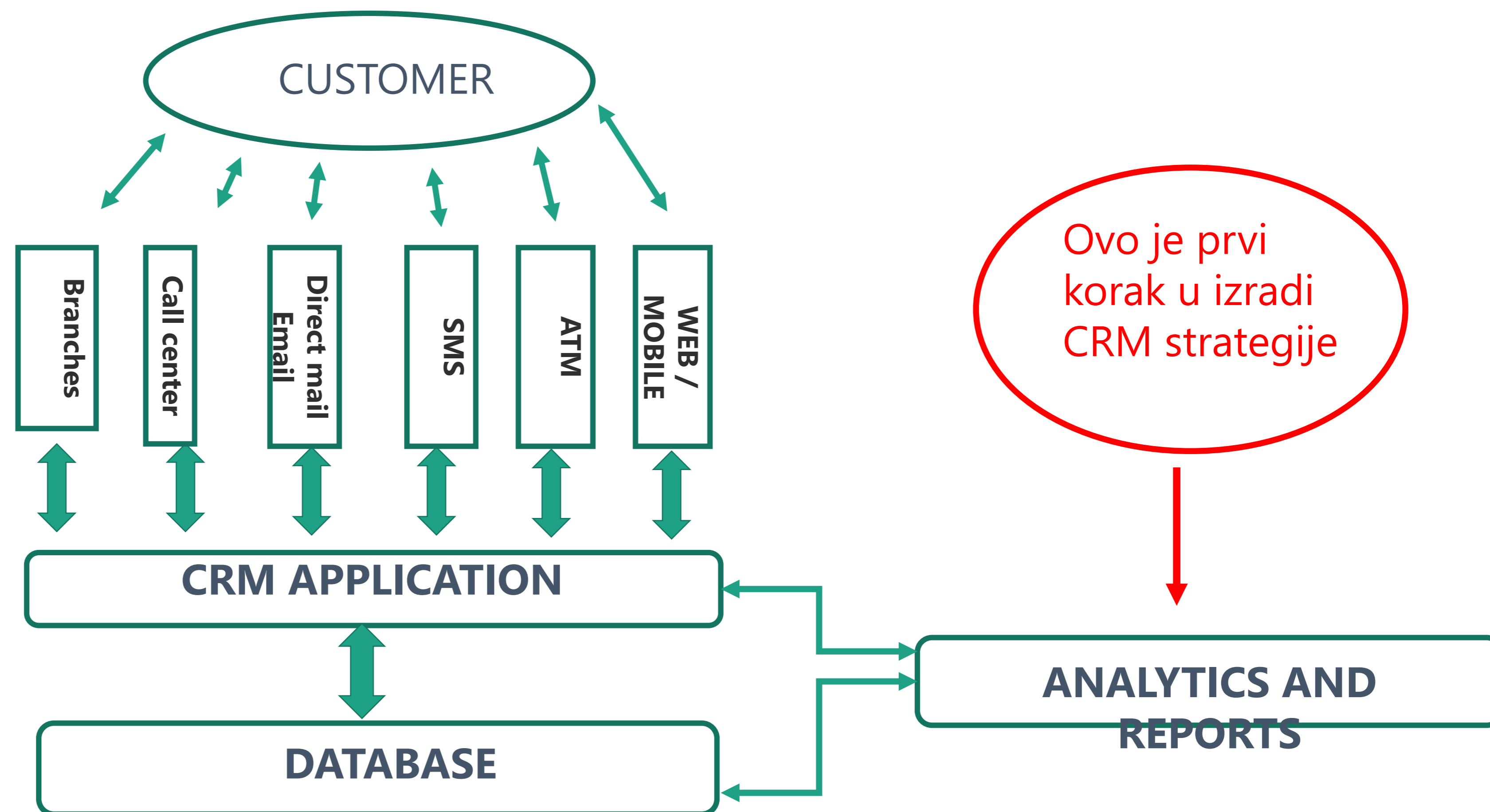




# ANALITIČKI CRM

# CRM arhitektura

CRM je model za upravljanje interakcijama sa sadašnjim i budućim klijentima.



# PODACI CRM



# Kojim podacima raspolazete?



Kupuje u top radnjama subotom ujutro?

Kupuje radnim danom u vreme ručka u lokalnoj radnji?



Šta kupuje?

- Kupuje top preparate
- Kupuje organske proizvode
- Najčešće kupuje proizvode na akciji
- Roditelj je sa malim detetom



- Možda ima partnera?



**Loyalty Card  
XXXX**

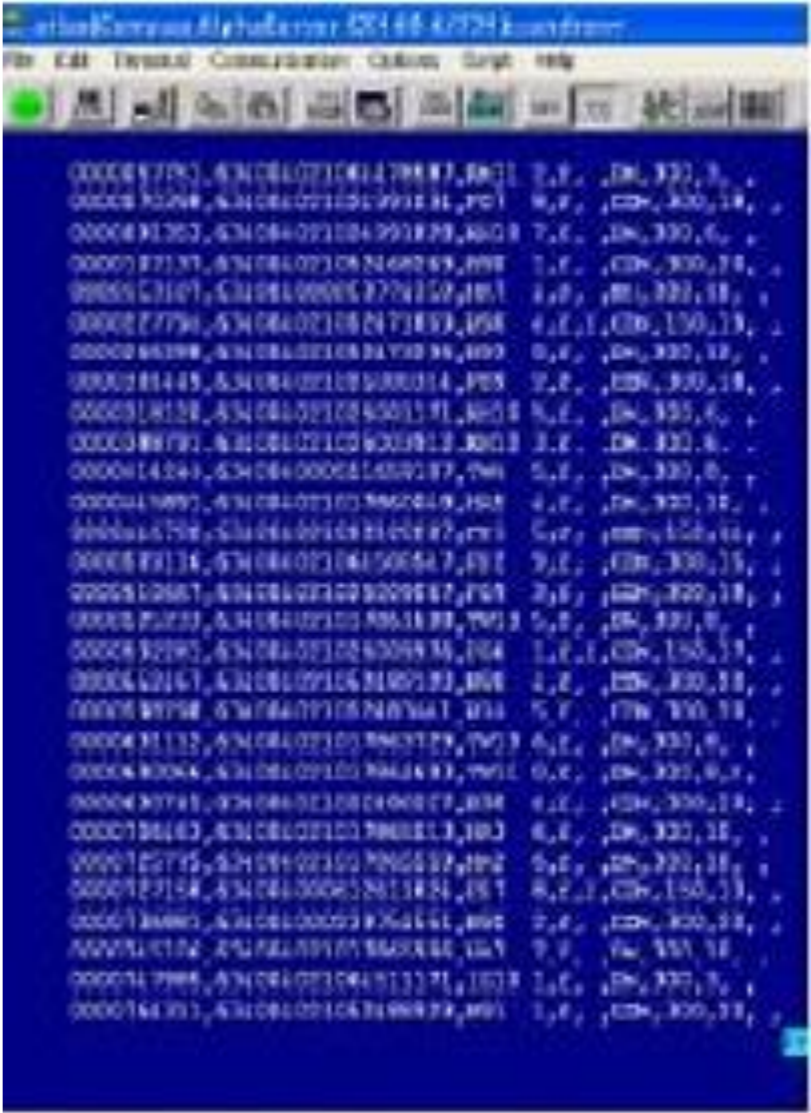
# Izazov je napraviti celu sliku...

Razumeti Anu:

- Ko je ona?
- Šta kupuje?
- Zašto kupuje?
- Gde kupuje?



Ana = Loyalty Card XXXX

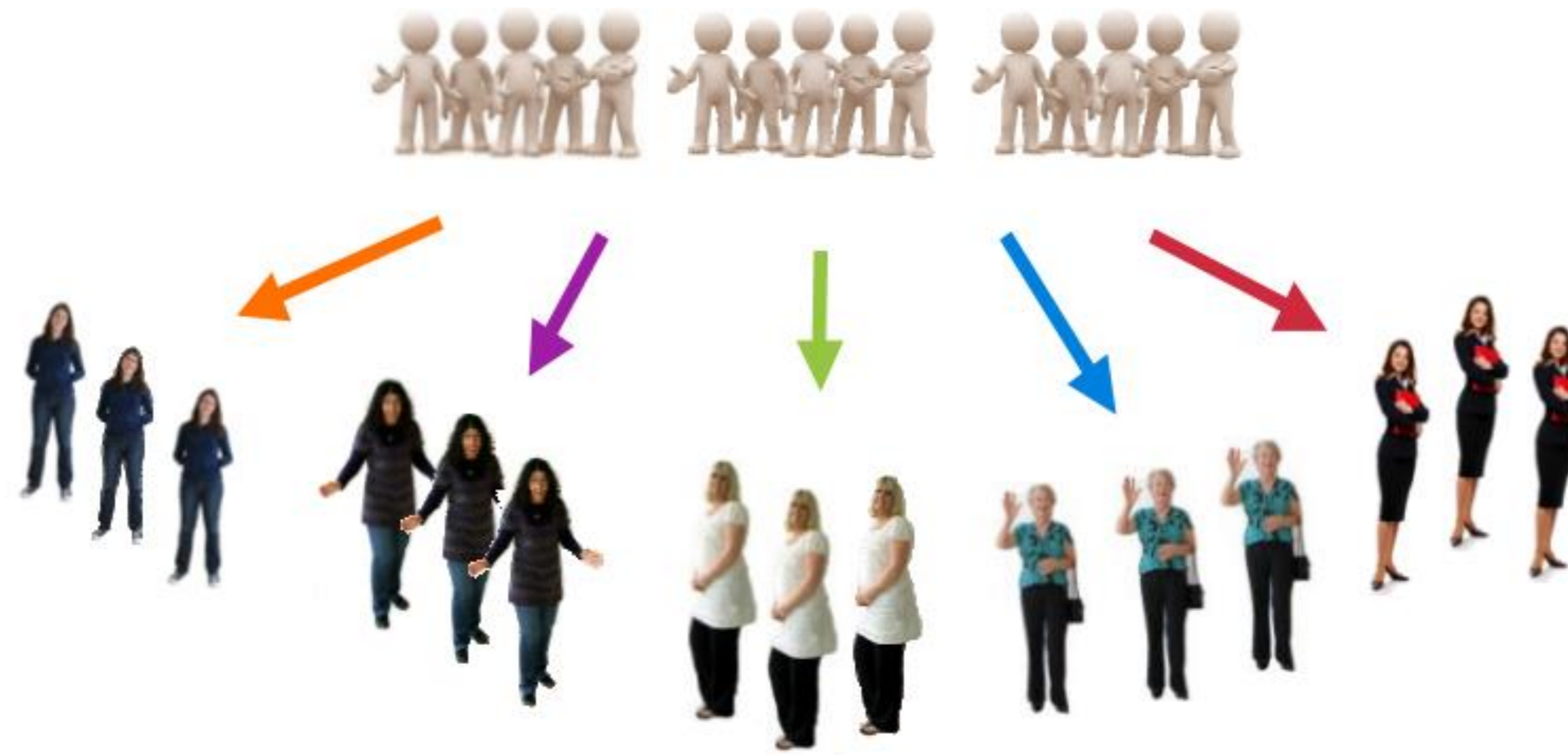


Podaci

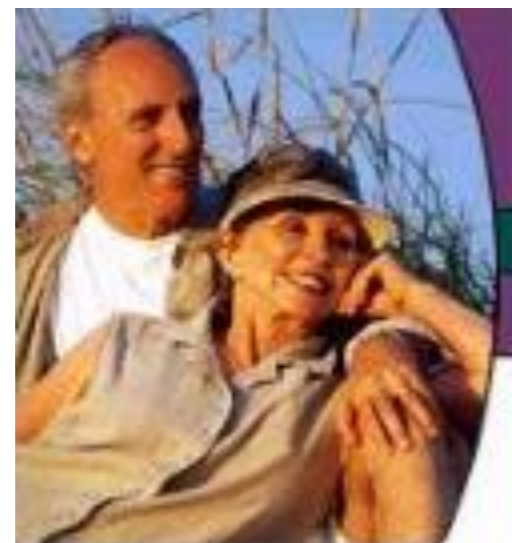


# Segmentasi Klijenata

# Prepoznajte različite potrošače



## Prilagodite poruke i komunikaciju u skladu sa razlikama



Moja ćerka uvek dobija različite ponude od mene, ali su to uvek proizvodi za koje smo zainteresovane

Ranije sam redovno kupovala maskaru u lokalnoj parfimeriji, ali sam onda počela da je kupujem na drugom mestu. Dobila sam ponudu sa popustom na bilo koju maskaru u radnji. Otišla sam ponovo kod njih i iznenadila se koliko nove šminke ima. Ponovo redovno kupujem sminku kod njih





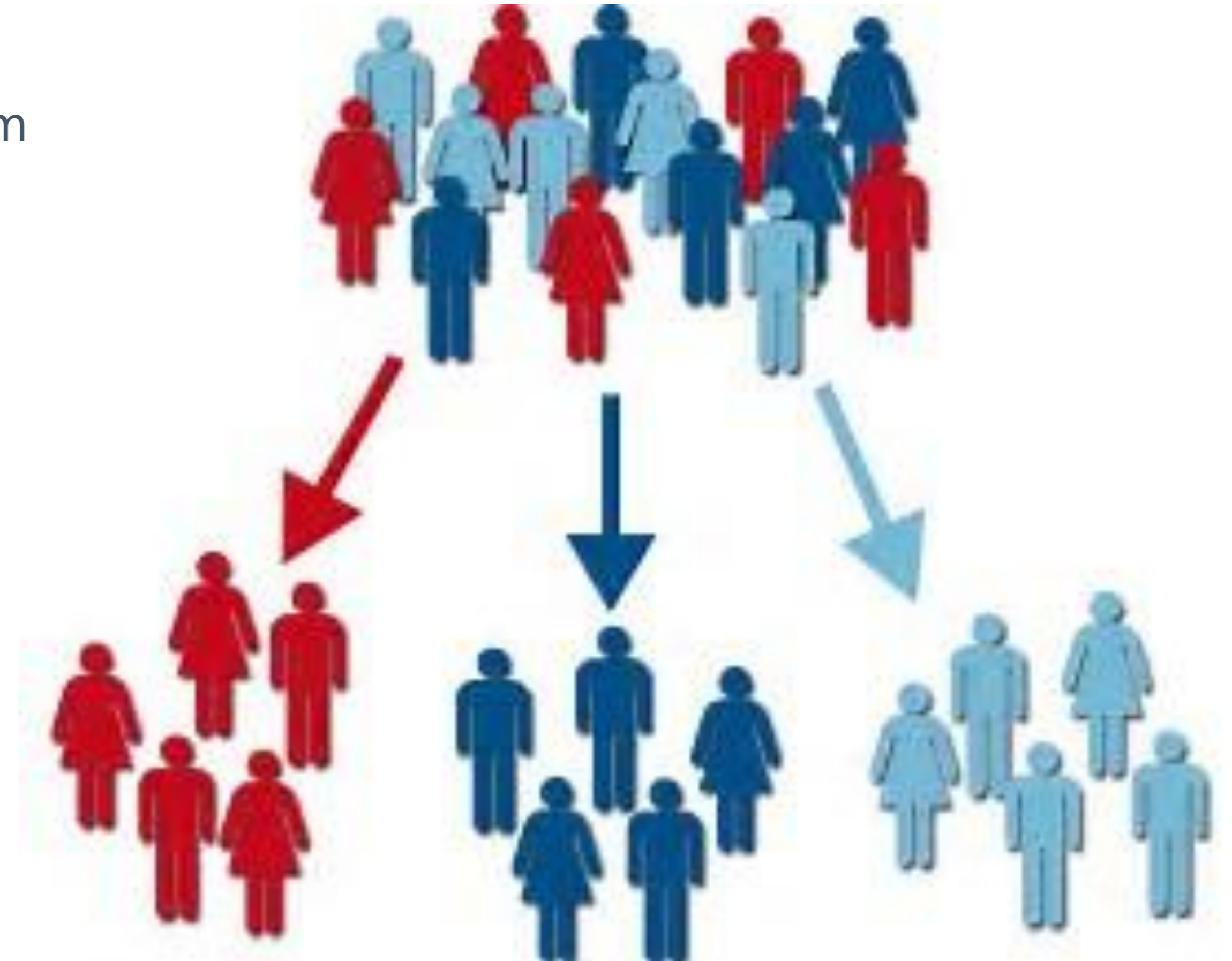
# Segmentacije

Zato što nisu svi klijenti isti

Segmente klijenata možemo izdvajati po različitim kriterijumima:

- po ponašanju
- po vrednosti
- po kanalima komunikacije koje koriste...

Svaka od tih segmentacija može služiti u različite svrhe.



# Segmentacije

Zato što nisu svi klijenti isti



## Segmentacija klijenata po ponašanju: **da li svima odgovaraju isti proizvodi i usluge?**

- Porodični ljudi srednjih godina zaposleni i visoko zaduženi
- Penzioneri
- VIP klijenti sa visokim zaradama i visokom potrošnjom po kreditnoj kartici
- Početnici u karijeri mlađi klijenti sa zaradom i overdraftom u korišćenju
- Studenti
- ...



## Segmentacija klijenata po vrednosti za kompaniju: **da li svima treba posvećivati isto vreme?**

- Najvredniji klijenti za kompaniju
- Klijenti sa visokim potencijalom, trenutno manje vredni
- Klijenti sa malom vrednošću za kompaniju
- Klijenti koji ne donose nikakav profit , možda i gubitak za kompaniju
- Rizični klijenti
- Novi klijenti



## Segmentacija klijenata po kanalima koje koriste: **da li sve možemo kontaktirati istim kanalom komunikacije?**

- Koriste samo filijale
- ATM i filijale
- Web, ATM, filijale
- Mobile, ATM, nikad ne dolaze u filijale
- ...

# Prilagodite proizvode različitim klijentima



Slike su preuzete iz Tesco case study koju je uradio





**Analiza  
asocijacija  
(Market basket  
analliza)**

# Preporučeni proizvodi na online prodavnici

- Iz obavljenih transakcija, pravi se analiza koje kategorije proizvoda i koje pojedinačne proizvode kupci kupuju zajedno (isti kupac u posmatranom periodu ili u istoj transakciji) .
- Uz pomoć tih informacija prave se rubrike na online prodavnici ‘Kupci koji su kupili ovo kupili su i’ , ‘Često se kupuju zajedno’ i na taj način se povećava prodaja jer se prati prirodno ponašanje klijenata (prepoznato je ponašanje kupaca i očekujemo da će se i ostali kupci ponašati na sličan način)
- Primeri (na nivou kategorije)

Bokali za filtriranje vode ==>	Filteri za bokale za filtriranje vode		
Ugradne rerne ==>	Ugradne ploce		
Ugradne ploce ==>	Aspiratori		
Set-top box tjuner ==>	Kablovi		
Laptopovi ==>	Prenosne baterije		
LCD i LED televizori ==>	Nosaci za televizore		
Fotoaparati ==>	Memorijske kartice		
Mikseri ==>	Seckalice		
Tastature ==>	Zvucnici za kompjuter		
Sokovnici ==>	Fiksni telefoni		

# Šta kupci kupuju zajedno? Primeri na nivou proizvođača

Canon ketridž PG 510 BLACK ==> Canon ketridž CL 511 COLOR

Horizons set-top box RF ==> Hama antenski kabl 11900

Akvafor bokal AKVAFOR PREMIUM ==> Akvafor filter za vodu V100 5 KOMPL 4 KOM

Hewlett-Packard kertridž CZ 101AE BLACK ==> Hewlett-Packard kertridž CZ 102AE COLOR

Elfex igračka SUPER CLIMBER CAR BL ==> Elfex igračka SUPER CLIMBER CAR RE

Akvafor bokal LINE ==> Akvafor filter za vodu V100 15 KOMPLET

Magnohrom TA peć MTA 3.5 KW ==> Magnohrom postolje za MTA 3.5 KW

**Canon PG-240XL Black Cartridge**  
 by Canon  
 4.5 stars (1,724 customer reviews) | 95 answered questions  
 List Price: \$24.99  
 Price: **\$19.95** & FREE Shipping on orders over \$49. Details  
 You Save: \$5.04 (20%)  
 In Stock  
 Want it tomorrow, April 27? Order within 12 hrs 33 mins and choose One-Day Shipping at checkout. Details  
 Ship from and sold by Amazon.com. Gift-wrap available.  
 Non-Package Quantity: 1  
 1 \$19.95 2 \$34.90 5 \$97.25  
 New ChromeLife 100-44 formulation has an even wider range than previous generations  
 Genuine Canon Ink Cartridges allow free access to exciting exclusive content via Creative Park Premium  
 FINE (Full-Particle) Inkjet with Fluid Engine Technology  
 127 New Ink \$13.45  
 School Lists  
 Teachers, add this product to your list to help students  
 Win one of four \$1,000 Gift Cards  
 #AmazonFinds April 1, 2024 - 3/31/24  
 An Amazon.com Rewards Network exclusive offer for Prime members.

**Customers Who Bought This Item Also Bought**

<p>Canon CL 511 Color Ink Cartridge 4.5 stars (274 reviews) \$25.44</p>	<p>Canon PG-240XL Ink Cartridge 4.5 stars (107 reviews) \$19.95</p>	<p>Canon Office Products PG-240XL (CL, 241XL) with Canon SP2010 Inkjet White Paper 4.5 stars (2,381 reviews) \$25.99</p>	<p>Canon Ink (CL, 241XL) Color Cartridge 4.5 stars (41 reviews) \$23.99</p>	<p>Canon Office Products MG52 Wireless Printer All-in-One Printer 4.5 stars (453 reviews) \$49.99</p>	<p>Hewlett-Packard Ink Cartridge Replacement for Canon CL 240XL High Capacity Inkjet Printer 4.5 stars (211 reviews) \$21.99</p>	<p>Canon Pixma i4000 Wireless All-in-One Color Inkjet Printer with Mobile and Tablet Printing 4.5 stars (41 reviews) \$47.99</p>	<p>2pk PG 240XL (CL, 241XL) Ink Cartridge for Canon Pixma MG and SP Series Printer (International) 4.5 stars (246 reviews) \$39.99</p>
---	---	--	---	---	--	--	--

**Brita Everyday Water Filter Pitcher, 10 Cup**  
 by Brita  
 4.5 stars (2,741 customer reviews) | 220 answered questions  
 Buy Brita  
 4.5 stars (2,741 customer reviews) | 220 answered questions  
 Buy Brita  
 List Price: \$39.49  
 Price: **\$20.99** & FREE Shipping on orders over \$49. Details  
 You Save: \$18.50 (47%)  
 In Stock  
 Want it tomorrow, April 27? Order within 12 hrs 9 mins and choose One-Day Shipping. Ship from and sold by Amazon.com. Gift-wrap available.  
 Large 10 cup water filtration pitcher with 1 advanced filter  
 1 Brita water filter can replace 300 standard 16.9 ounce plastic water bottles  
 Reduces chlorine taste and odor, zinc, copper, mercury and cadmium  
 BPA free pitcher with easy fill lid and comfort grip handle  
 Filter indicator for tracking when to change the water filter  
 To new from \$20.99 | Used from \$14.99

**Frequently Bought Together**

<p>Brita Everyday Water Filter Pitcher, 10 Cup \$20.99</p>	<p>Brita Water Filter Pitcher Advanced Replacement Filter, 3 Count (Packaging May Vary) \$13.38</p>	<p>Total price: <b>\$34.37</b>        Add both to Cart        Add both to List</p>
--	---	--

This item: Brita Everyday Water Filter Pitcher, 10 Cup \$20.99  
 Brita Water Filter Pitcher Advanced Replacement Filter, 3 Count (Packaging May Vary) \$13.38



# Prediktivno modeliranje

# Prediktivno modeliranje

Predviđanje budućnosti na osnovu podataka iz prošlosti

- Prediktivno modeliranje je statistička analiza kojom predviđamo verovatnoću nekog događaja u budućnosti. Najčešće se predviđaju sledeći događaji:
  - ✓ kupovina nekog proizvoda-usluge od značaja
  - ✓ odlazak klijenta
  - ✓ potencijalna profitabilnost klijenta
  - ✓ verovatnoća akvizicije...
- Posmatrajući ponašanje klijenata u prošlosti, uočavamo varijable koje su imale najveći uticaj na događaj koji posmatramo i koji se dogodio u prošlosti. Te najznačajnije varijable primenjujemo na sadašnji momenat i vršimo predikciju istih događaja u budućnosti.
- Na taj način željenu ponudu/uslugu komuniciramo samo klijentima sa većom verovatnoćom događaja. Štedimo novac, vreme prodajne sile, ostvarujemo bolji rezultat akcije koju sprovodimo i ne manje važno, klijenti dobijaju samo relevantne ponude i imaju osećaj da kompanija prepoznaje njihove potrebe.



# Očekivani rezultati prediktivnih modela

Rezultati kampanja/akcija za koje se selekcija klijenata pravi uz pomoć prediktivnih modela je uvek minimum 2-3 puta veća od one pravljene bez modela.

Na primer, kampanje za akviziciju klijenata malog biznisa: Ukoliko vaše uobičajene kampanje za akviziciju imaju response rate 2%, možete da očekujete da će kampanja radjena prema prediktivnom modelu imati odgovor i do 8% .

Isto važi i za kampanje za prodaju keš kredita, kreditnih kartica, kredita za mali biznis i ostale proizvode, kao i za relacione kampanje sa merljivim rezultatima.

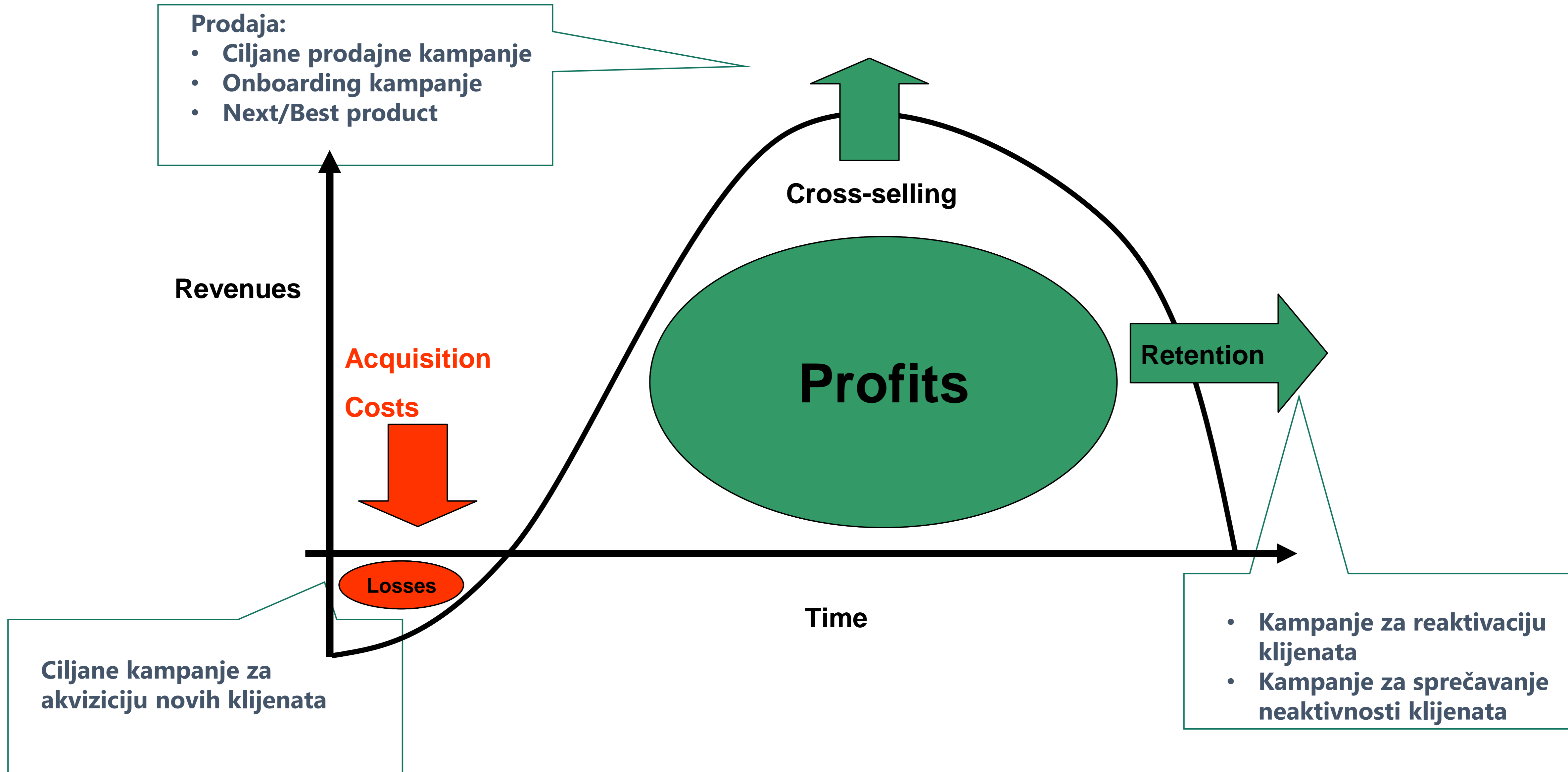
Odgovor na kampanju čija je ciljna grupa napravljena prema prediktivnom modelu je minimum 2 do 3 puta veći od 'opštih' kampanja a u zavisnosti od izabranih kanala i kvaliteta komunikacije sa klijentom može biti i do 5 puta veći.

# CRM inicijative

CRM



# CRM u životnom ciklusu klijenata



# CRM inicijative

Neke od osnovnih CRM inicijativa...

- Povećanje prodaje po klijentu Cross/up selling, najbolja ponuda za klijenta – Next/Best offer
- Povećanje prodaje po prodajnom objektu
- Analize profitabilnosti klijenata
- Analize poslovnih performansi po ekspoziturama I zaposlenima (KPI)
- Smanjenje neaktivnosti I odliva klijenata
- itd

# Vaši podaci su Vaša vredna imovina

Kako da rade za Vas?

**3 ključne stavke su:**

- Prikupljanje podataka
  - Analiza i uvid
  - Merljiva akcija



# Hvala Vam

—  
[WWW.NETFAKTOR.RS](http://WWW.NETFAKTOR.RS)



**Beograd**

Gramšijeva 9



[tamara.stanojevic@netfaktor.rs](mailto:tamara.stanojevic@netfaktor.rs)

+381 64 1136353