

 **DATA MINING VERBESSERT DEN KUNDENSERVICE:****DIE BANQUE CANTONALE VAUDOISE (BCV) MACHT DIE PROBE AUFS EXEMPEL**

**David Talerman, Mitarbeiter der Abteilung «Etude & Analyse clients»: «Das Team von SPSS Schweiz reagiert sehr schnell und bietet einen Kundenservice von hoher Qualität. Dies erlaubt uns, unsere Projekte schnell voranzutreiben.»**



Die Banque Cantonale Vaudoise (BCV) ist mit verwalteten Vermögen von ca. 76 Milliarden Franken die Nummer 2 unter den Schweizer Kantonalbanken. Mit e-SIDER.COM gründete die BCV bereits 1999 eine Internet-Börsenplattform. Heute hat sich e-SIDER.COM mit 5000 Kundinnen und Kunden als ein wichtiger online-Handelsplatz etabliert.

**DATA MINING JA - ABER BITTE MIT SPSS MODELER**

Die BCV setzte Data Mining bereits seit einigen Jahren für die Optimierung von Mailingkampagnen ein. Inzwischen verwendet sie die Software SPSS Modeler für die Selektion von interessanten Kontakten für die 190 Retail-Kundenberaterinnen und -berater ihrer 71 Filialen. Modeler soll den Kundenberatern als CRM-Tool helfen, gezielt diejenigen Kunden zu kontaktieren, für die die Wahrscheinlichkeit, dass sie ein bestimmtes Angebot annehmen, am grössten ist.

Zuständig für Data Mining am Hauptsitz in Lausanne ist die Abteilung «Etude & Analyse clients» unter der Leitung von Stéphanie Gardaz. Die Abteilung besteht aus drei Analysten, darunter David Talerman. Sie führen neben CRM Projekten auch klassische Marktforschung mittels internen Marketingstudien oder in Zusammenarbeit mit Befragungsinstituten durch.

Als Methode hat sich Data Mining bereits früher bei der BCV bewährt: In Tests waren Mailings, für welche die Adressen anhand von entsprechenden Modellen ausgewählt worden waren, doppelt so erfolgreich wie die traditionell selektionierten Mailings. Aber trotz dieser ermutigenden Ergebnisse erwies sich die damalige Software als viel zu teuer. Die Geschäftsleitung der BCV war zwar vom Nutzen von Data Mining generell überzeugt, verlangte aber die Anschaffung einer besser geeigneten Software.

Die Banque Cantonale Vaudoise entschloss sich im Dezember 2003 nach einer Evaluation verschiedener Tools, ihre bestehende Data-Mining-Software durch Modeler von SPSS zu ersetzen. Ausschlaggebende Kriterien für diese Wahl waren die Bedienerfreundlichkeit und die Flexibilität von Modeler beim Einlesen und Ausgeben verschiedenster Datenformate sowie der deutlich attraktivere Preis. Ein weiterer wichtiger Faktor: die Professionalität der Ansprechpartner von SPSS und die gute Verständigung mit ihnen während des Kaufprozesses.

**BREITE PALETTE UNTERSCHIEDLICHSTER DATA-MINING-PROJEKTE**

Inzwischen wird Modeler bei der BCV für eine breite Palette von Projekten eingesetzt:

- ➔ Drei Data-Mining-Modelle identifizieren diejenigen Kunden, die sich am ehesten für spezifische Bankprodukte wie beispielsweise Swissca-Fonds, Kreditkarten und Hypothekarkredite interessieren. Aufgrund der Modelle werden die Kundenberater regelmässig Listen mit zu kontaktierenden Kunden bekommen. Ihre Rückmeldungen sollen Aktualisierungen der Datenbank und Verbesserungen der Modelle erlauben. Entsprechende Projekte für weitere Bankprodukte werden analysiert oder befinden sich schon in der Umsetzungsphase.
- ➔ Aufgrund ähnlicher Scoring-Modelle, welche das Potential der Kunden für Cross-Selling und Upsell-Aktionen vorhersagen, sollen auch Direct-Mailings durchgeführt werden.
- ➔ Durch eine sogenannte Basket-Analyse des Kaufverhaltens der Kunden soll ermittelt werden, welche Angebote häufig zusammen genutzt werden und welche Zusammenhänge zwischen den BCV-Produkten bestehen.
- ➔ Auch die BCV-Börsenplattform e-SIDER.COM wird von Modeler profitieren: Mit einem sogenannten Churn-Modell sollen die Abwanderung aktiver Kunden und mögliche Kündigungsgründe vorhergesagt und ihre



## DATA MINING VERBESSERT DEN KUNDENSERVICE

WWW.SPSS.CH



Kündigung durch geeignete proaktive Marketing-Massnahmen verhindert werden.

Die Verkaufsabteilungen warten ganz besonders auf ein Modell zur Optimierung der Standorte von Banco-maten, mit dem sich objektiv entscheiden lässt, welche Filialen einen zusätzlichen Automaten einsetzen können. Bei diesem Modell wird mit Hilfe von Variablen, welche die Kundschaft der Filialen sowie deren Umgebung beschreiben, die erwartete Summe der Auszahlungen und somit die Rentabilität eines Bancomaten hervorgesagt.

Durch diesen intensiven Einsatz wird sich Modeler schnell bezahlt machen. Für eine Kostenrechnung ist es noch zu früh, aber David Talerman rechnet damit, dass die Investition für die Software und die Fixkosten der Analysten innerhalb von 1-2 Jahren wieder eingespielt sind.

### VORGEHEN BEI PROJEKTEN

Wie ist das konkrete Vorgehen bei einem Projekt? Üblicherweise wenden sich die Marketingspezialisten der operativen Abteilungen mit einem spezifischen Problem an die Abteilung «Etude & Analyse clients». Diese schlägt dann ein Vorgehen vor, das je nach Fragestellung ein Data-Mining-Projekt, eine Umfrage oder eine Marketingstudie sein kann. Sollen Daten mit Modeler analysiert werden, stellt die Abteilung eine Liste mit zahlreichen positiven und negativen Faktoren zusammen, die ausschlaggebend für die Kaufentscheidung sind. Aufgrund dieser Hypothesen werden die entsprechenden Variablen zusammengestellt oder aus bestehenden Daten berechnet. Das kann Listen von bis zu 300-600 Merkmalen ergeben.

Als Marktforscher bevorzugt David Talerman ein solches theoretisches Vorgehen; ein explorativer Ansatz - bei dem einfach alle vorhandenen Daten mit Modeler durchgerechnet werden - verstellt den Blick auf die richtige Lösung. Zwar braucht man am Anfang länger, ist dann aber beim analysieren schneller. Wichtig ist ihm eine enge Zusammenarbeit mit den Ansprechpartnern der Fachabteilungen: Sie kennen das Geschäft, er kennt die Daten. Mit den ersten brauchbaren Ergebnissen geht er zurück zu den Fachleuten und bespricht mit ihnen die wichtigen Variablen des Modells und ob diese sinnvoll sind.

Um den Einsatz von Data Mining so einfach wie möglich zu gestalten, arbeitet David Talerman an der Automatisierung der Prozesse, so dass man aus dem Data Warehouse heraus möglichst schnell und einfach unterschiedliche Affinitäts-Scores für Kunden generieren und speichern kann.

Ausserdem wirbt er intern generell für diese Arbeitsmethode. An Sitzungen mit den Marketing-Experten erklärt er, was Data Mining ist, und zeigt anhand von Beispielen die Vorteile. Die Überzeugungsarbeit, dass mit Data Mining mehr als mit traditioneller Erfahrung zu erreichen ist, war erfolgreich: Seine Abteilung erhielt Projektaufträge für 18 Monate im Voraus.

### MODELER IST EXTREM BEDIENERFREUNDLICH

Als Fachmann streicht David Talerman die grosse Benutzerfreundlichkeit von Modeler heraus, die anderen Tools fehlt. Er konnte ohne lange Einführung sehr schnell damit arbeiten und findet das Programm sehr praktisch. Fast alles, was ihm an Möglichkeiten zu fehlen schien, als er mit der Software zu arbeiten begann, entdeckte er nach und nach: «Es sind sehr wenige Sachen, an die SPSS nicht gedacht hat.»

Bei der BCV wird von Modeler über die ODBC-Schnittstelle direkt auf das Data Warehouse zugegriffen. Die Bedienung ist elegant und das Einlesen der Daten blitzschnell. Besonders gefällt, dass das Tool sehr flexibel ist, sowohl beim Einlesen wie beim Speichern der Daten. Auch fremde Formate können eingelesen werden, ohne dass mehrere Hundert Variablen umzubenennen sind. Ebenso einfach ist die Datenausgabe: «Das Marketing möchte manchmal Daten in den Formaten Excel oder Text und das geht wunderbar.»

Zudem fällt David Talerman auf, dass es eine sehr enge Beziehung zwischen den Anwendern und den Entwicklern von Modeler gibt: Das Tool sei sehr anwenderorientiert, perfekt ausgereift und an die wirklichen Bedürfnisse der Data Miner angepasst. Als Einziges bemängelt er an Modeler, dass manche statistische Indikatoren der erstellten Modelle nicht aussagekräftig genug sind, um sie eindeutig zu interpretieren.

David Talerman und die Abteilung «Etude & Analyse clients» sind auch nach dem Kauf von Modeler mit der Zusammenarbeit mit SPSS sehr zufrieden: «Das Team von SPSS (Schweiz) reagiert sehr schnell und bietet einen Kundenservice von hoher Qualität. Dies erlaubt uns, unsere Projekte schnell voranzutreiben.»

- ▶ Branche: Finanz
- ▶ Anwendung: Data Mining für Direct Marketing, Cross- und Up-Selling
- ▶ Institution: Banque Cantonale Vaudoise
- ▶ Lösung: SPSS Modeler
- ▶ Customer Case © SPSS (Schweiz) AG