

ABILITARE IL CAMBIAMENTO
ANALYTICS, LA LEVA A VALORE NELLA RELAZIONE CON IL CLIENTE

ABI DIMENSIONE CLIENTE – ROMA 8 APRILE 2014

Beniamino De Simone
Regional Sales Leader - SAS



THE POWER TO KNOW.

50+

Milioni di Smart Device
Italia 2016

4

Miliardi di € in mobile
proximity payment
Italia 2016

2.2

Maggiori probabilità di un
full a poker che di click su
banner advertising

24

Miliardi di \$ investiti
globalmente in
CRM/Big Data nel 2016

12%

come coniugare leva tecnologica e mercato per progettare una relazione con il cliente efficace e monetizzare l'asset informativo?

12%

**Aziende efficaci nell'utilizzo dei dati come leva
di cambiamento strategico**

ANALYTICS

ELEMENTO CHIAVE DELLA STRATEGIA SUL CLIENTE

25%

Miglioramento dell'efficacia del Targeting e

Profiling utilizzando gli Analytics su BIG DATA

customer



community



model

Transform...



organization



interaction

customer



**Analytics per...
conoscere il cliente!**

27%

delle banche prevede
di investire per analisi
su unstructured data

Fonte IDC 2013

1. Customer Life Cycle

2. Multibancarizzazione

3. Brand Reputation

community



This is not ME!



This is ME!

Age range 30-45
connected with top ones
that dominated the medium-size but
moved recently from another location
perhaps to be connected during
weekends
middle professional

And this is my FAMILY!



**Analytics per...
capire le relazioni!**

20%

delle istituzioni finanziarie
utilizza Social Media tools
e il **35%** prevede
di adottarli

Fonte IDC 2013

1. Social Circle (familiare, amicale, ...)

2. Customer Lock-in

3. Viral Marketing

interaction



**Analytics per...
costruire la relazione!**

45%

delle banche ha
customer-facing mobile
app live o pilot

1. Journey Map

2. Mobile Experience

**3. Servizi e coinvolgimento
basati su ascolto**

organization



**Analytics per...
sviluppare competenze distintive!**

40%

delle grandi aziende
ha internamente Analytics
competency center

Fonte IDC 2013

1. Democratizzazione degli Analytics

2. Data Scientist

3. Competency Center

model



**Analytics per...
creare revenue incrementali!**

17 milioni

di consumer in UK
sono coinvolti in intelligent
messaging e campagne
di m-commerce

1. Data Monetization

2. Marketing di Prossimità

3. Mobile Payment & Loyalty

GRAZIE



**THE
POWER
TO KNOW[®]**

Beniamino De Simone

beniamino.desimone@sas.com

www.sas.com/italy

segui su:

