

Analitik CRM



Müşteri Davranışlarını Öngörerek Memnuniyeti Artırın

Obase Analitik CRM çözümü, perakendecilerin müşterileri hakkında daha derin bilgi edinmelerine yardımcı olur. Çok kanallı bir yaklaşımla, işletmelerin tüketici davranışlarını ve tüketici çıkarlarındaki değişimleri daha iyi tahmin etmelerine yardımcı olur. Böylece şirketlerin daha iyi müşteri ilişkileri sürdürmelerine ve karlılığı geliştirmelerine olanak tanır.

Verinizle Müşterilerinizi Doğru Analiz Ederek Memnuniyeti ve Karlılığınızı Artırın

Analitik CRM çözümü, müşteri kayıplarını yönetme yeteneğinin artması ve bu değişikliklerin arkasındaki nedenleri anlamak için, kuruluşların riskleri etkili bir şekilde öngörmelerini ve yönetmelerini de sağlar.



Avantajları

- » Kullanıma Hazır 500+ KPI
- » Trend Tespiti ve Tahmini
- » Karlı Müşteri Etkileşimleri
- » Özelleştirilmiş Kampanyalar
- » Artan Karlılık Oranı
- » Müşteri Kayıp Oranları Yönetimi

Obase Analitik CRM, CRM yöneticilerine iyi yapılandırılmış bir sistem sunmak için müşteri segmentasyonu, sepet ve RFM analizi ve segment geçiş puanları gibi modellerin perakende uyarlamalarını bir araya getiren temel bir veri merkezi sunar.

Dashboardlar ve Raporlar

- » Aktivite durumu [ilk-son satın alma tarihi, alışveriş sıklığı, müşteri edinim tarihi]
- » Satış değerleri [son 1-12 ay alışveriş miktarı, adet, sıklık]
- » İade değerleri ve oranları
- » İndirim hassasiyeti
- » RFM & segment değerleri
- » Kazanılan/kullanılan/toplanan puanlar
- » Ürün sahipliği, ürün grubu alışverişi
- » Ödeme tercihleri
- » E-ticaret davranışları
- » Favori mağaza/kanal/ödeme türü/kampanya/haftanın ve ayın günü ve zamanı
- » Çek, kupon, indirim ve puan davranış verileri
- » Müşteri edinimleri [Hangi dönem, kampanya, mağaza, ürün, koleksiyon, marka]
- » Özel gün davranışları, marka bağımlılıkları, vb.



İş Sonuçları

- » 24% kampanya ROI oranı artışı
- » 30% oranında kampanya bütçe tasarrufu
- » Gelir ve müşteriye elde tutma oranında artış
- » Pazarlama performansının takibi ve geliştirme imkanı