



概述

业务挑战

菲亚特汽车公司 (Fiat Group Automobiles) 需要确定新老客户购买某特定品牌型号的非亚特汽车的可能性, 那么独立经销商可以优化其可用的营销经费支出。该公司同样需要更清楚地了解在经销商及维修站的客户体验情况。

解决方案

部署 IBM® SPSS® Statistics 和 IBM® SPSS® Modeler, 辅之以 IBM SPSS Collaboration and Deployment Services, 分析数据并建立模型, 可帮助预测客户行为及改善客户关系。

今天您会买车吗?

IBM SPSS Statistics 帮助菲亚特识别最可能的客户及潜在客户

菲亚特汽车公司 (Fiat Group Automobiles) 设计、生产并销售 Fiat、Alfa Romeo、Lancia、Fiat Professional 和 Abarth 品牌的汽车。销售在这里是重要的。汽车销售推动着公司的发展、日常运作、研究和开发, 并扩大全球业务, 总之, 它巩固了菲亚特在当今竞争激烈且时常变化的汽车市场中的成功。了解谁可能购买汽车这个信息, 将带来极大的竞争优势, 而这正是 IBM SPSS Statistics 和 IBM SPSS Modeler 向菲亚特经销商提供的信息。

在菲亚特, 由在客户服务部的客户体验管理人员负责管理 IBM SPSS 解决方案。客户智能及宣传经理 Giovanni Lux 解释说: “我们使用预测分析和统计数据来支持两个主要目标。”第一个目标显然是帮助菲亚特销售汽车。“IBM SPSS Statistics 和 IBM SPSS Modeler 帮助我们在现有的和潜在的菲亚特汽车车主中识别出特定的目标, 使经销商可以用最高效的方式分配其营销预算。第二, 我们调查已购买新车或使用过菲亚特维修店的客户。然后我们使用 IBM SPSS Statistics 分析这些数据以提供有价值的洞察, 了解客户对我们的经销商及维修中心的满意度。”

营销经费的有效使用

这些宝贵的分析的基础是菲亚特的客户关系及体验分析 (Customer Analysis Relationship & Experience, CARE) 数据库, 它包含了超过 6400 万客户及 6400 万辆汽车的历史信息。如此大量的数据存储库由来自多个内部及外部的数据源的数据构成; 然后, CARE 提供第二层的分析数据库供 Statistics 和 Modeler 使用。



业务获益：

- 营销计划的客户响应率提高了 15% 至 20%。
 - 客户忠诚度提高了 7%。
 - 支持经销商及维修中心的持续改进。
 - 集中式的分析报表及模型系统提高了生产力并降低了成本。
 - 与包含 6400 万客户信息的大型 Oracle 数据库高效配合。
-

“我们每个月向经销商推荐大约 150 个目标客户，”Lux 解释说。“例如，Alfa Romeo 推出新的 Giulietta 型号，经销商想通过电话和直邮评估忠实的 Alfa Romeo 客户的兴趣。他们想邀请客户和潜在客户来访问他们的经销点，但同时他们又不想营销资金浪费在可能忽略邀请的用户身上。”

Lux 继续补充道：“通过基于像年龄、性别、地理位置、财务信息、售后体验及购买历史记录等 10 至 15 个变量来定义预测模型，我们可以告诉经销商：“这 100 个人是在这个地区非常可能购买新车的客户，而这 100 个人的购买可能性略低。”那么经销商就可以依据其预算决定联系多少个人，使用哪种联系方法。IBM SPSS Statistics 和 IBM SPSS Modeler 使这种关键的细分成为可能。”

菲亚特还依靠 IBM® SPSS® Collaboration and Deployment Services 来自动化这些预测模型以获得更可靠的结果，并确保正确的人获得了所需的信息以便及时采取适当的行动。此外，通过实现集中式的分析报表及模型，菲亚特提高了用户的生产力并降低了成本。

在品牌的层次上也执行了类似的细分，从而有效地预测小型、中型及大型车辆的销售可能性。“经销商可能只是简单地希望人们走进他的经销点，不论他们买什么车都可以，”Lux 提到。“或者，经销商可能说：‘我必须卖出某个数量的 Cinquecento 汽车。’目标客户细分可能会因我们的关注重点是经销商还是品牌而有所不同。”预测模型每月用新的数据更新一次，以保持其准确性。



“使用 IBM SPSS Statistics 和 IBM SPSS Modeler，我们已经将客户保留率提高了 7%，并且现在有 54% 的菲亚特客户用另一辆菲亚特品牌的汽车来替换他们现有的汽车。”

— Giovanni Lux，客户智能及宣传经理，客户体验管理部门，菲亚特汽车公司

重要的改进

在实施 **Statistics** 和 **Modeler** 之前，菲亚特使用同类的 **SAS®** 软件通过一对一的营销措施支持经销商。然而，菲亚特发现 **IBM SPSS** 解决方案可以在低得多的总拥有成本的前提下完成更出色的工作。公司随后更换了提供商以增强其互联的数据管理系统。

事实上，新的预测分析和评分模型已经超越了菲亚特的期望。**Lux** 说：“使用 **IBM SPSS Statistics** 和 **IBM SPSS Modeler**，我们已经将客户保留率提高了 7%，并且现在有 54% 的菲亚特客户用另一辆菲亚特品牌的汽车来替换他们现有的汽车。此外，我们已经看到了营销活动中的响应率提高了 15 至 20 个百分点，这清楚地表明了 **IBM SPSS** 解决方案帮助我们更准确地锁定了潜在客户群。”

你高兴吗？

在客户智能方面，**Lux** 及其团队执行了高水平的调查，在欧洲大约每年 200,000 份调查，以评估客户对经销商及维修店的满意度。主要的问题是：“您推荐您使用过的经销商（或维修中心）的程度如何？”

依据答案，客户体验管理部门力求了解在体验中客户最欣赏的因素，或者反过来，为什么客户不满意。使用 **IBM SPSS Statistics** 分析这些数据以更清楚地了解拥护者和反对者的特征，而结果则提供给经销商和维修店。“我们向他们提供总结全部结果的月度报告，他们也可以获得客户访谈的自由文本回复，”**Lux** 说。“该情报帮助他们做出必要的改进。”

使用 **Statistics** 和 **Modeler**，菲亚特可以更好地确定客户购买特定品牌型号的可能性，并确定相关的购买时间，它还可以有效地分析和报告客户服务及保修问题。“预测客户行为以及改善客户关系的能力对菲亚特汽车公司的成功而言绝对是一个关键，”**Lux** 总结说。“最后，**IBM SPSS Statistics** 和 **IBM SPSS Modeler** 帮助我们销售汽车，正是它使菲亚特的车轮保持转动。”

关于 IBM Business Analytics

IBM Business Analytics 软件提供了完整、一致且准确的信息，决策者可以依赖这些信息提高业务绩效。商业智能、先进的分析、财务绩效、战略管理及分析应用程序的全面组合，让您清楚、即时和实时地深入了解当前绩效，并能够预测未来效益。加上丰富的行业解决方案、可靠的实践和专业的服务，各种规模的组织均可实现最高的 IT 生产力，自信地做出决策并获得更好的成果。

作为该产品组合的一部分，IBM SPSS 预测分析软件可帮助组织预测未来事件并前瞻性地根据该洞察采取行动，从而促成更好的业务成果。全球的商业、政府和学术客户依赖 SPSS 技术作为竞争优势来吸引、保留和扩大客户群，同时减少欺诈和减轻风险。通过将 IBM SPSS 软件整合到日常运营中，组织成为具有预见性的企业，能够指导并自动做出满足业务目标的决策，取得巨大的竞争优势。如需了解更多信息或联系销售代表，请访问 www.ibm.com/spss。



© 版权所有 IBM Corporation 2010

IBM Corporation
Route 100
Somers, NY 10589

美国政府用户受限的权利 — 使用、复制或泄密受 GSA ADP 与 IBM 公司签署的计划合同的限制。

在美国印刷
2010 年 5 月
保留所有权利

IBM、IBM 徽标、ibm.com、WebSphere、Cognos 和 InfoSphere 是国际商业机器公司在美国和/或其他国家（地区）的商标或注册商标。如果这些商标和其他 IBM 商标在本文中第一次出现时标注了商标符号

（® 或 TM），均代表在本文出版之际，它们是 IBM 在美国或其他国家/地区注册的商标或普通法规定的商标。此类商标在其他国家/地区也可能是注册商标或普通法规定的商标。可在网络上获取 IBM 商标的最新列表，请查看 www.ibm.com/legal/copytrade.shtml 的“Copyright and trademark information”部分。

SPSS 是 SPSS, Inc.（一家 IBM 公司）在全球众多管辖区域中注册的商标。

其他公司、产品或服务名称可能是其他公司的商标或服务标志。



请回收利用