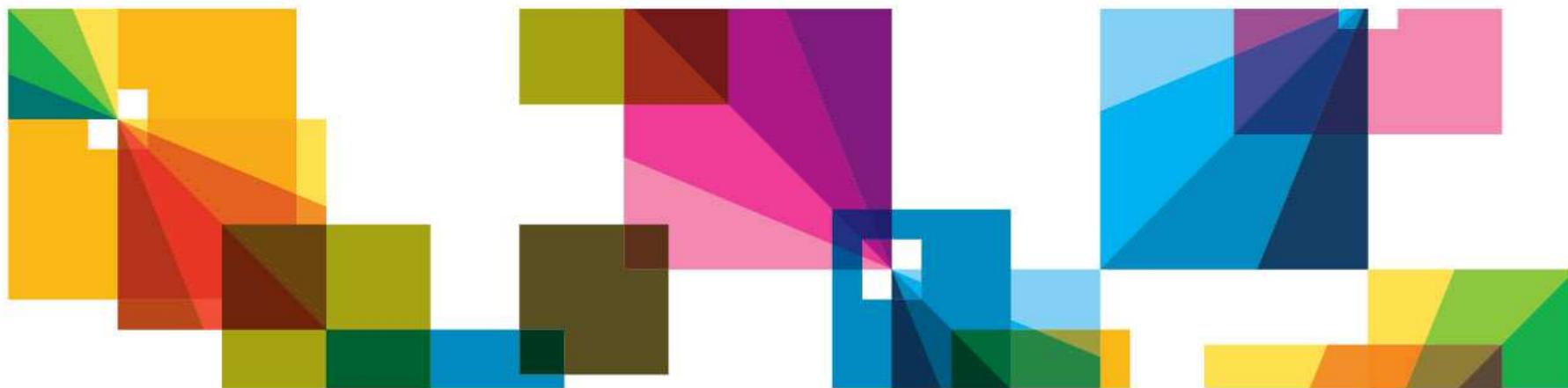


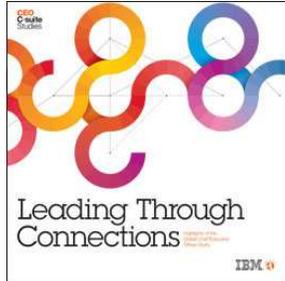
---

## Devrim Di Finizio – IBM SWG Business Analytics Sales Specialist

Predictive Business Analytics



## CEO Survey 2012



To engage customers as individuals, CEOs are building analytical muscle to respond with relevance and immediacy.

Improve understanding of individual customer needs



Improve response time to market needs



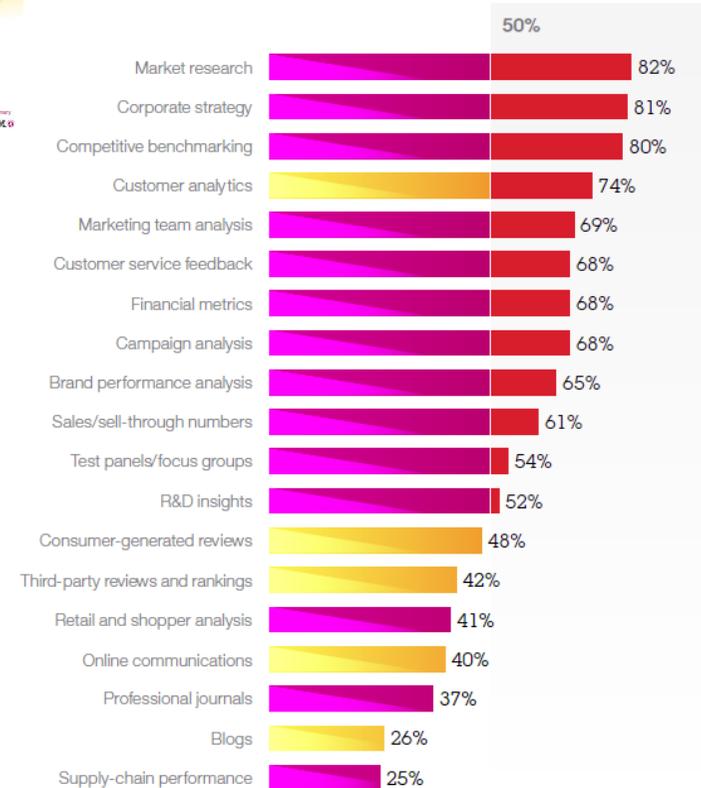
**Change is required to meet customer expectations**

**Understand and act**  
CEOs are implementing extensive changes to enable faster, more relevant responses to markets and individuals.

## CMO Survey 2011



Sources used to influence strategy decisions



## CEO Survey 2011

Business Analytics Ranked #1 priority 83%

# Le Business analytics aiutano a migliorare le performance aziendali

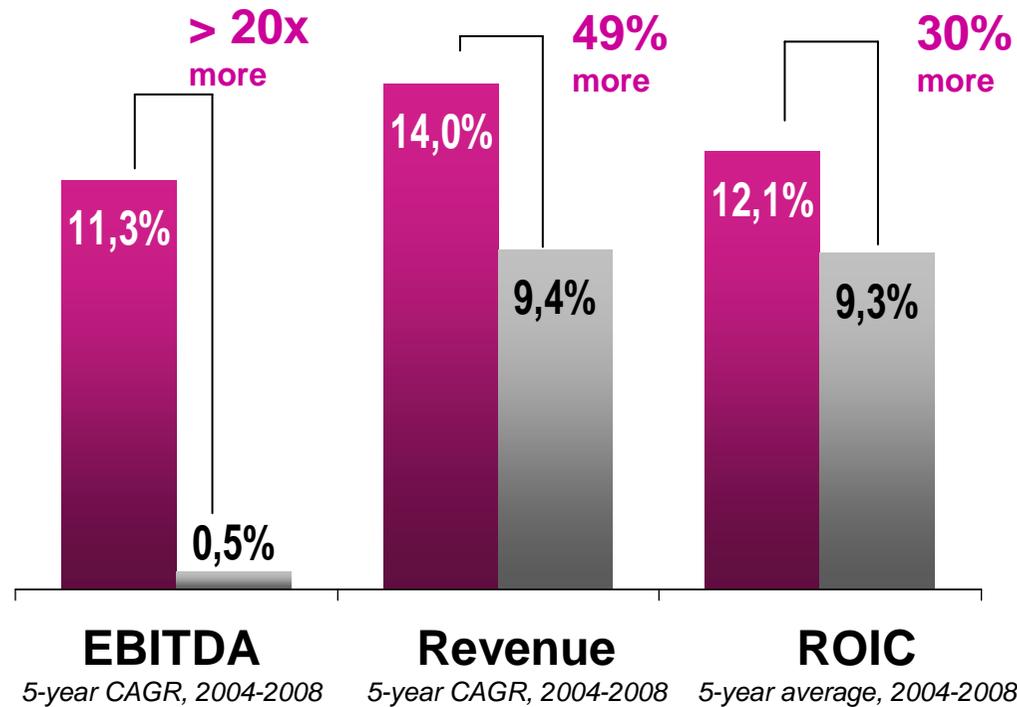
**3x**

Le Aziende con analytics consolidate sovraperformano rispetto a quelle che stanno appena iniziando ad adottare analytics

**5.4x**

Top Performers are more likely to use an analytic approach over intuition\*

\*within business processes



Sources: <sup>1</sup>CFO Study 2010; <sup>2</sup>New Path to Value – Joint study, MIT and IBM Institute for Business Value - 2010; <sup>3</sup>CIO Study 2009; <sup>4</sup>CHRO Study 2010



AMERICAN PUBLIC MEDIA

# Marketplace *Tech*

TECH

Mi piace

Tweet 50

Share 23

## IBM's new CEO sees gold in data mining

by Bob Moon

Marketplace for Friday, December 30, 2011

TRANSCRIPT



IBM

Virginia Rometty

**Jeremy Hobson:** If you scan the list of chief executive officers at America's biggest companies, you won't find many women. The latest Fortune 500 list includes just 16 female CEOs.

But on Sunday, that number will go up when longtime IBM exec Virginia Rometty becomes CEO of the world's second-largest publicly traded technology company. So what's the word on the new CEO's vision for IBM?

Here's our senior business correspondent Bob Moon.

**Bob Moon:** If Virginia Rometty had just one word for you about the next big thing, it might sound a bit reminiscent of that famous scene from "The Graduate."

**Virginia Rometty:** Analytics.

### Business Analytics



**COGNOS**  
2008

**SPSS**  
2009

**OPENPAGES**  
2010

**unica**  
2010

**Coremetrics**  
An IBM Company  
2010

**Algorithmics**

2011  
**i2**  
2011

# Predictive = Smarter

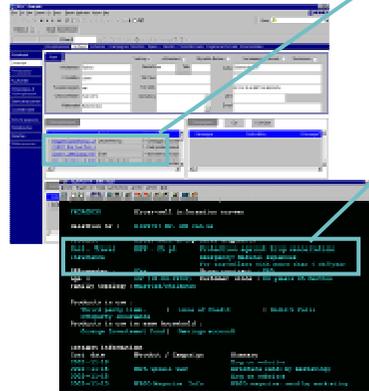
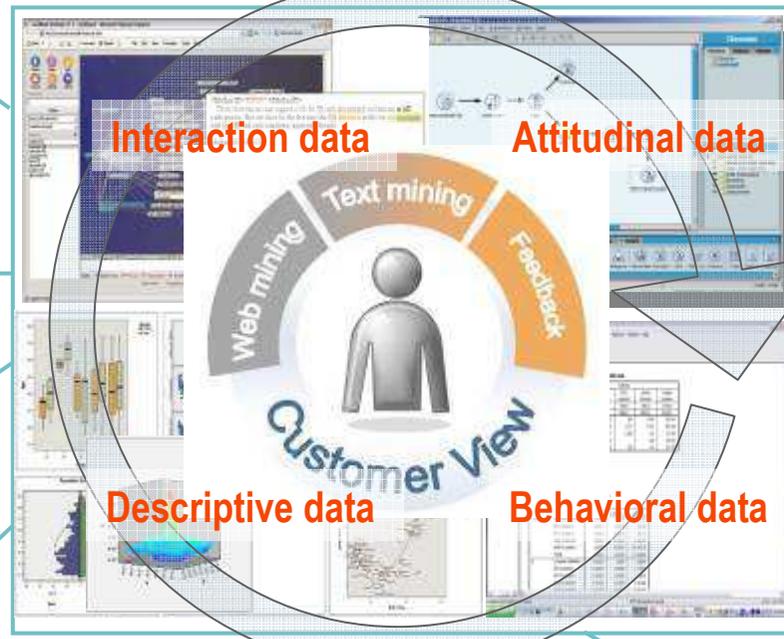
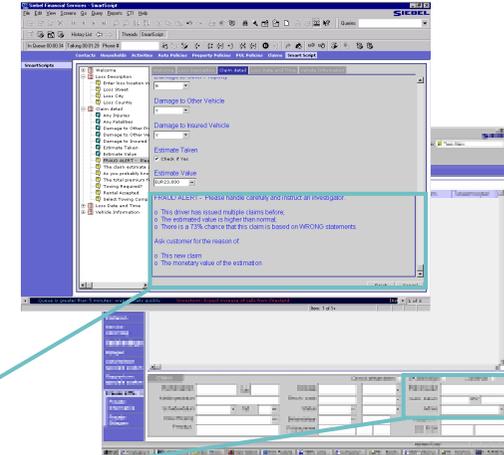
## Attract



Target nuovi clienti sul web site o via direct mail

## Risk

Valuta il rischio al momento della sottoscrizione



Proponi nuove offerte di up/cross-selling attraverso il call center

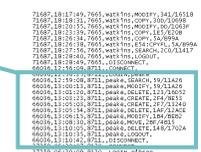
## Grow

Pianifica azioni di Real-time retention via messaggi chat



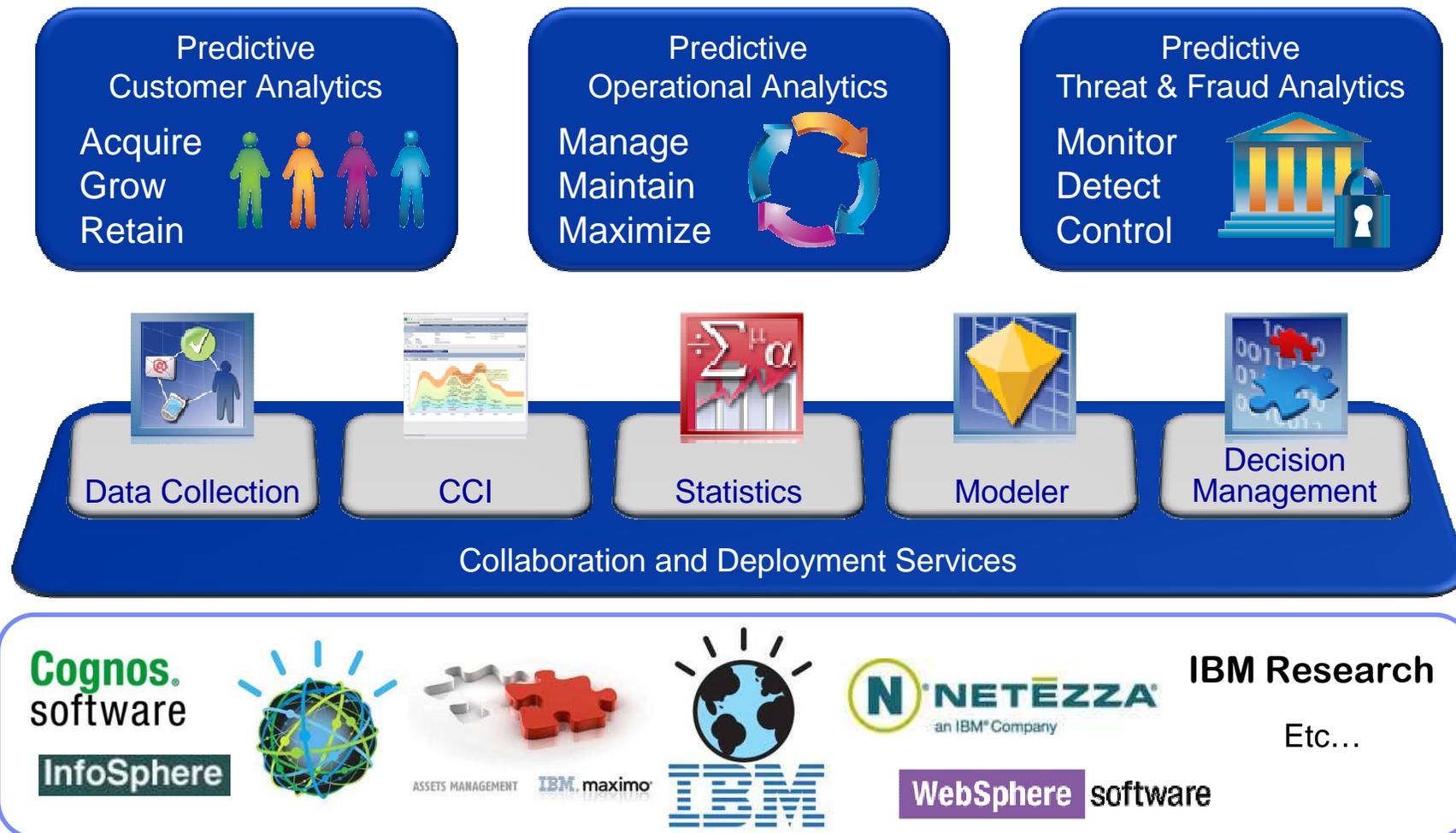
## Retain

Identifica real-time le transazioni sospette



# IBM SPSS Predictive Analytics

Rende possibili ottimizzazioni attraverso decisioni pervasive, predittive, real-time e direttamente al point of impact



## Smarter (Predictive) Companies

### Trasporti

- Rinnovare immagine e strutture di servizi aumentando il valore degli asset
  - Adottare un modello di business in grado di erogare servizi ai propri partner (es. retailer, aziende di servizi, etc.)
  - Focalizzare ed estendere la gamma di servizi offerti agli utenti, legati all'esperienza di viaggio e di acquisto
- 
- B2B Advertising / Kiosk Renting
  - B2B Co-Marketing
  - B2U Traveler Relationship Management

### Game & Betting

- Ottimizzare la conoscenza del cliente, individuandone le caratteristiche di giocatore e le evoluzioni comportamentali per studiare nuove proposte e prodotti
  - Arginare il danno derivanti dalle frodi nel gioco on-line
  - Efficientare la gestione dei punti vendita in relazione agli obiettivi strategici
- 
- Customer Profiling, RFM, LFV, Churn, Survival, Personal Promo
  - Risk scoring e fraud detection alerting
  - Dealer Performance Management

## Smarter (Predictive) Companies

### Istituto di previdenza

- Contrastare in maniera adeguata l'evasione e l'elusione contributiva e razionalizzare e massimizzare l'apporto della funzione ispettiva
- Riconsiderare le modalità di liquidazione dei verbali ispettivi per garantire la massima tempestività degli interventi di recupero dei premi omessi
- Segmentazione comportamentale delle Aziende a rischio
- Scoring di rischio irregolarità delle aziende sulla base di dati contabili, finanziari, settoriali e macro (studi retrospettivi di coorte)

### Industria pesante

- Energy Management: monitorare nel tempo l'evoluzione della propria efficienza energetica e adottare politiche di riduzione dei consumi
- migliore negoziazione e contrattualizzazione dell'energia riducendo l'impatto dei costi sulla gestione aziendale
- Operare in modo più sostenibile
- Energy Forecasting & Planning
- Simulation & What If
- Price Analysis & procurement optimization
- Facility & Smarter Buildings

## Smarter (Predictive) Companies

### Beni di consumo alimentari

- Analisi degli aspetti qualitativi della presenza in rete dell'Azienda, analizzando tutti i dati "spontanei", non strutturati che possono essere raccolti sul web: una sorta di realtime focus group per carpire gli interessi del consumatore e trarne un vantaggio competitivo
- Orientamento delle strategie di comunicazione e posizionamento prodotti
- Competitive Intelligence
- Text Analytics: Reputation analysis, Online brand awareness, Brand positioning
- Alerting - Crisis Management

### Automotive

- Implementare un sistema di customer loyalty per migliorare la customer experience
- Comprendere quali esperienze trasformano un prospect in buyer o in brand promoter e abilitare questa esperienza durante il customer journey
- Analisi del ciclo di vendita, del service e del defect management
- Segmentazione del Cliente
- Web lead capture e on-line scoring
- Shopper feedback
- Dealer experience and incentive management
- Text analytics

## Smarter (Predictive) Companies

### Industria manifatturiera

- Manutenzione predittiva degli asset ed equipment di stabilimento
- Ridurre i tempi per la failure detection e la risoluzione di issues, prevedendo i failure
- Ridurre i costi di downtime
- Ridurre i costi di inventory dei ricambi
- Gestione dei costi warranty e dei richiami
  
- Sviluppo di un sistema di sensoristica e storico dei failure e defect per lo sviluppo di modelli predittivi di alerting
- Analisi dei trend storici per planning

### Servizi finanziari

- Enterprise Feedback Management: raccogliere informazioni dai clienti durante le singole occasioni di interazioni (customer journey) sui diversi canali di contatto (homebank, call center, filiale, ...), per business process monitoring e raccolta feedback
- Customer satisfaction survey permanente: cambiare il paradigma dell'indagine CSI, dai questionari di outsourcing campionari al modello real-time feed
  
- Nuovo sistema di survey multicanale (web, direct OCR, CATI, CAWI, ...) integrato con il Customer DB

## Smarter (Predictive) Companies

### Food & Restaurant

- Pianificazione e controllo delle vendite per prodotto e del margine
- Pianificazione e controllo dei risultati delle campagne commerciali
- Sistema di revenue forecasting & planning basato su analisi statistica per gestire e analizzare i dati pianificati e consuntivi in modo flessibile
- Supportare e validare le previsioni con il riscontro di modelli statistici di proiezione
- Soluzione di what if per valutare la leva delle azioni commerciali

### Grande Distribuzione

- Ridurre i costi e massimizzare i ritorni delle campagne di incentivazione all'attivazione della carta di credito branded
- Modelli di propensione per lo scoring della clientela sulla probabilità di sottoscrizione
- Fidelizzare la clientela attraverso una meccanica promozionale innovativa, offrendo ai clienti coupon mirati sulla base delle loro attitudini di acquisto
- Segmentazione e market basket analysis
- Demand planning «fresco», riduzione mancate vendite dovute a non disponibilità dei prodotti e extra-costi dovuti a deperito
- Forecasting di approvvigionamento

---

*¿Sei già una Smarter (Predictive) Company?*

<http://www.ibm.com/software/products/us/en/subcategory/SWQ50>

Devrim.DiFinizio@it.ibm.com,  
*IBM Business Analytics Software*