



Řešení Adastra Campaign Management je komplexním systémem pro řízení marketingových kampaní. Poskytuje nejefektivnější systém pro návrh a realizaci marketingových, prodejních, direct-mailových a dalších kampaní, jelikož plně reflektuje specifické prostředí zákazníka. Řešení zefektivňuje zacílení kampaní, snižuje jejich náklady a v neposlední řadě zlepšuje odezvu na kampaně.

Value Proposition	Vlastnosti řešení	
<p>Mnoho společností na našem trhu začíná věnovat zvýšenou pozornost zpracování podlinkové komunikace, jelikož „zlatá doba akvizice“ skončila nejen pro organizace z finančního či pojišťovacího, ale i telekomunikačního sektoru. Přirozenou cestou ke zvýšení obrátu je zaměření marketingových aktivit na prevenci odchodů, zvýšení a řízení loajality zákazníků, cross-sell a up-sell produktů a řízení rizika (kreditního, operačního, podvodů). Právě tuto problematiku řeší Adastra Campaign Management poskytující nejen správu marketingových kampaní, ale také sofistikovaný nástroj pro výběr cílové skupiny, přípravu interface pro exekuční kanály, předpřipravené přehledové reporty a podporu volně definovaných reportů. Využití systému je velmi omezené, pokud není vybudován nad chytrou databází dat o zákaznících, tedy nad databází poskytující informace o tom, kdo jsou naši zákazníci, jakou mají hodnotu, jaké využívají produkty, jaká je pravděpodobnost jejich reakce na určitou nabídku nebo jaké je s nimi spojeno riziko. Příprava takové chytré databáze je tudíž nedílnou součástí řešení.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Inteligentní Unikátní na řešení od Adastry je fakt, že problematiku Campaign Managementu nezužuje pouze na aplikaci operativní správy kampaní. Jádrem řešení jsou data o zákaznících, která jsou „mozkem“ systému. Automaticky jsou z kampaní vyloučeni zákazníci, kteří si nepřejí být oslovováni nebo u nichž by došlo k zahlcení. ■ Komplexní Na rozdíl od standardních aplikací pro Campaign Management zahrnuje řešení Adastra navíc všechny nutné technické i aplikační komponenty, data mining modely, reporty, nástroj pro výběr cílové skupiny, templates či integraci s kanály. Lze ho nasadit jako celek nebo jako jednotlivé komponenty – systém je postaven modulárně. ■ Nezávislé na platformě Adastra Campaign Management System byl navržen tak, aby ho bylo možno zasadit do jakéhokoliv podnikem určené CRM architektury nezávisle na konkrétních aplikacích a databázových platformách. Aplikace může pracovat pouze se systémy u zákazníka již implementovanými a tudíž nevyžaduje 	<p>využívání jiných komerčních SW produktů (díky tomu nedochází ke generování dalších pořizovacích a provozních nákladů).</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Metadatově řízené Metadatové řízení usnadňuje správu a rozšíření systému – snadná modifikace a přidávání atributů a parametrů nejen pro výběr cílové skupiny, ale i pro vyhodnocování kampaní. ■ Closed-loop Pokud je implementováno jako celek, řešení podporuje všechny fáze Campaign Management procesu – přípravu dat, analýzu, vlastní spuštění a řízení kampaně, průběžné vyhodnocování i sběr reakcí v uzavřené smyčce. ■ Varianty pro tržní vertikály Na základě bohatých praktických zkušeností vyvinula Adastra specifické datové i funkční modely pro nejdůležitější tržní vertikály – telekomunikace, bankovníctví, pojišťovnictví a retail. ■ Datová kvalita Korektnost a komplexnost dat je důležitým faktorem, který značně zvyšuje efektivitu řešení. Součástí dodávaného řešení tak jsou nástroje a metodiky na zajištění kvality dat.

Business přínosy řešení

- Významné zlepšení návratnosti marketingových akcí
- Identifikace příležitostí pro cross-selling, up-selling, akvizici zákazníků
- Snížení distribučních nákladů díky lepšímu zacílení kampaní, novým kanálům (SMS) a optimalizaci jednotlivých kanálů (např. letáky vs. e-mail nebo SMS)
- Významné zlepšení reponse rate díky Data Miningu a použití interních dat, která mají mnohem větší vypovídací schopnost
- Možnost měření účinnosti kampaní v closed-loop smyčce
- Lepší znalost zákazníka a schopnost tvorby nabídek na míru pro jednotlivé segmenty
- Zefektivnění výběrů cílení na zákazníky pomocí nástroje na výběr cílové skupiny (snadno přístupné i pro business uživatele)
- Snížení závislosti na direct-marketingových agenturách a dodavatelích externích dat
- Kontrola nákladů díky podpoře schvalovacího procesu
- Zavedení automatizovaného a efektivního workflow v procesu komunikace se zákazníkem
- Násobné využití – databáze zákazníků nejen podporuje kampaně, ale současně slouží dalším řešením, například Revenue Assurance

Architektura řešení

Adastra Campaign Management System je navržen tak, aby umožnil zákazníkovi jednoduše přidávat další moduly bez ohledu na konkrétní implementaci. Celý systém se skládá z následujících komponent:

- **Správa kampaní** zajišťuje mimo jiné zadávání a řízení kontrolních skupin, evidenci priorit a hlídání možnosti/vhodnosti zákazníka s danou kampaní oslovit (což pomáhá řešit např. naplnění požadavku anti-spamového zákona a zákona na ochranu osobních údajů, rovněž se tím ošetřuje problematika zahlcení). V rámci komponenty se řeší dvě důležitá integrační rozhraní – integrace s analytickým datamartem a integrace s komunikačními kanály (např. SMS, e-mail, front-endové systémy).
- Grafický **nástroj pro výběr cílové skupiny** umožňuje jednoduchým a efektivním způsobem definovat oslovanou skupinu zákazníků. Výběr je možný podle atributů zákazníka včetně jeho produktů a účasti v minulých kampaních. Během výběru je možné okamžitě kontrolovat velikost cílové skupiny a dynamicky upravovat podmínky tak, aby výsledek vyhověl požadavkům na danou kampaň.
- Flexibilně umístitelný **analytický datamart** obsahuje korektní, komplexní a unifikovaná data o zákaznících, tedy např. základní

sociodemografická data, všechny zákaznickovy služby a produkty, historii chování zákazníka a komunikaci s ním, další odvozené informace jako je churn risk, lifetime value aj. Tato data se používají k výběru cílové skupiny a pro analytické účely, slouží také jako základna pro reporty.

- Základní pohled na běžící kampaně a počty oslovených zákazníků v přehledových reportech poskytují **vyhodnocovací komponenta**, která umožňuje také práci s volně definovanými reporty. Tyto mají podobu připravených parametrizovatelných selectů a jedním z příkladů použití může být měření implicitních reakcí (zda si zákazník nabízenou službu/produkt skutečně koupil/aktivoval). Oba typy reportů se pak zobrazují přímo v nástroji pro správu kampaní.
- Komponentou pro přenos dat do analytického datamartu je **ETL** (extract, load, transformation). Jednou z jeho základních funkcionalit pro kampaně je zajištění identifikace a sběru implicitních i explicitních reakcí, zároveň v sobě integruje nástroje pro zajištění kvality dat.

Adastra Campaign Management System tak přirozeně pokrývá základní požadavek na systémy pro správu kampaní – podporu tří základních fází životního cyklu kampaní: plánování, exekuci a vyhodnocení.

ADASTRA, s.r.o.
Nile House
Karolinská 654/2
186 00 Praha 8 – Karlín
Tel.: +420 271 733 303
sales@adastra.cz
www.adastra.cz

