

**Ambica Customer Analytics je přednastavené Business Intelligence řešení pro retail. Zabudované analýzy v kombinaci s použitými technologiemi umožňují získávat relevantní, včasné a prakticky využitelné informace specifické pro maloobchod. Jednoduchá implementace s předvídatelnými náklady zaručuje rychlou návratnost investice.**

## Chcete se dozvědět více o vašich zákaznících?

- Zajímá vás, kolik zákazníků máte nových, kolik věrných a o kolik z nich jste už přišli nebo brzy přijдете? A chcete vědět, kteří to jsou, abyste jim mohli udělat tu správnou nabídku?
- Chcete vědět, co preferují vaši zákazníci a nevíte podle čeho to poznat? Podle celkové útraty? Podle toho jak často chodí nakupovat? A co podle toho, zda je to aktuálně nakupující zákazník nebo zákazník který přišel naposled před dvěma lety?
- Víte, kolik zákazníků si nekoupilo spolu s produktem nějaké příslušenství? A kteří to byli třeba minulý měsíc?
- Zajímá vás, jaký tržní potenciál mají vaši zákazníci bydlící v určité lokalitě?
- Potřebujete pro marketingovou kampaň najít cílovou skupinu zákazníků dle jejich nákupního chování na základě sofistikovaných kritérií?



## S Ambica Customer Analytics získáte užitečné odpovědi



**Ambica Customer Analytics** je přednastavené Business Intelligence řešení, jehož součástí jsou desítky **zabudovaných „chytrých“ metrik a analytických modelů**, které jsou jednoduše obchodně interpretovatelné. Jsou odvozeny ze základních dat o nákupní historii zákazníků a také z dalších informací o zákaznících. Těmito odvozenými informacemi jsou automaticky obohaceny a pravidelně aktualizovány všechny zákaznické profily. Rozšířená sada metrik pak umožňuje například pokročilé zákaznické segmentace, prediktivní analýzy nebo definování cílových skupin pro marketingové kampaně.

## Potřebujete jen tabulku o pěti sloupcích

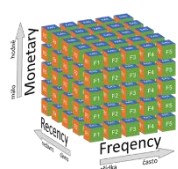
Vstupní rozhraní je připraveno na import dat z vašich obchodních systémů. Zahrnuje základní číselníky (**zákazníci, produkty, prodejní doklady, prodejní kanály**) a tabulku **prodejních transakcí**. Rozhraní je možné jednoduše rozšiřovat o další atributy základních dimenzí (například skupina produktů, email zákazníka, prodejna jako prodejní kanál, ...).

## Automatická aktualizace modelů a analýz

Základní obchodní data poskytnutá na definovaném rozhraní jsou zdrojem pro **automatickou aktualizaci předpřipravených metrik a modelů**. Výsledkem je tabulární OLAP kostka obsahující, kromě detailní nákupní historie zákazníků, i rozšířené zákaznické profily s řadou nových metrik a dimenzí a také analytické modely. Celý systém je uživateli zpřístupněn pomocí sady tématicky orientovaných **dashboardů a analýz**. Kromě nich si však uživatel může nad OLAP kostkou vytvořit i výstupy vlastní.



## Chytré metriky, analýzy, modely i zákaznické profily



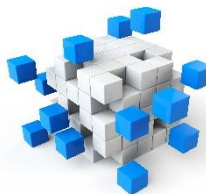
- Základní nákupní model (nákupní historie zákazníka)
- Dynamický churn a retention model (příchody, ztráty, ... zákazníků)
- RFM model (dle aktuálnosti, frekvence a hodnoty nákupu)
- Preferenční analýzy s využitím parametrizace RFM modelu
- Lokalizační analýzy
- Dynamické produktové analýzy nákupního koše a negativní filtrování
- Aparát pro definování a sledování analytických zákaznických skupin
- Profil zákazníka

## Špičková technologie, extrémní analytický výkon, specifické funkce

**Ambica Customer Analytics** je standardizované podnikové řešení, které je navrženo a optimalizováno pro databáze Microsoft SQL Server.

Špičková technologie **SQL Server Analysis Services Tabular Model** nabízí extrémní výkon pro analytické aplikace.

Tabulární OLAP kostka vytvořená v této technologii poskytuje relevantní, včasné a prakticky využitelné informace o zákaznících a jejich chování ve formě chytrých metrik, analytických modelů i zákaznických profilů.



Informace jsou uživateli zpřístupněny prostřednictvím sady dashboardů a analýz v prostředí analytické a prezentační platformy **Ambica BI**, která umožňuje podnikovým analytikům dále rozvíjet firemní reporting a analýzy.

Součástí řešení jsou také některé specifické funkcionality, například podpora definice **analytických zákaznických skupin**, jejich **integrace do OLAP kostky** nebo rozhraní pro využití skupin v jiných systémech.

## Pořizujete data o zákaznících ve spěchu? Pořizují je sami zákazníci? Pomůže Ambica DQ.

Připojte naše řešení **datové kvality** pro kontrolu a automatické opravy zaměřené na zákaznická data. Scoring validity zákaznických informací pak může být součástí vašich výběrových filtrů.



## Klíčové informace

### Znalost maloobchodní problematiky

Do **Ambica Customer Analytics** jsme vložili zobecněné zkušenosti z řady dlouhodobých působeníh v maloobchodních organizacích a také z mnoha realizací obchodně zaměřených BI řešení.

Díky silné maloobchodní odbornosti adresuje **Ambica Customer Analytics** potřeby většiny maloobchodních segmentů.

### 5 analytických modelů, 56 metrik

K dispozici je 5 analytických modelů, jejichž součástí jsou desítky odvozených dimenzních atributů a 56 metrik, které zásadně usnadňují analýzu dat.

### Snadné rozšíření a přizpůsobení

Vstupní rozhraní je možné jednoduše rozšiřovat o další atributy základních dimenzí, o které mohou být následně obohaceny analytické modely, ať už se jedná o možnosti filtrování nebo definice výpočtu dalších metrik.

Navíc, při využití návrháře výstupů, může být rozšíření a přizpůsobení základní sady dashboardů a analýz zcela v rukou kompetentního uživatele.

### Okamžitá odezva i nad velkými daty

Technologická platforma, na níž je řešení **Ambica Customer Analytics** postaveno, umožňuje analýzu nákupních dat zákazníků v rozsahu stovek miliónů prodejních transakcí.

Špičková technologie SQL Server Analysis Services Tabular Model nabízí extrémní výkon pro analytické aplikace.

Díky tomu, obdrží uživatel i na velice sofistikované dotazy v rámci analytických modelů, odpovědi v řádu několika málo sekund.

### Minimální rizika implementace

Díky využití předem vytvořeného obsahu je minimalizována potřeba časově náročného a nákladného vývoje řešení. Využití rozšířené platformy Microsoft SQL Server navíc limituje bezprostřední i následné náklady na technologii a produkty třetích stran.

Rychlá a jednoduchá implementace s předvídatelnými náklady zaručuje rychlou návratnost investice.

### Technologické předpoklady

**Ambica Customer Analytics** využívá technologii Microsoft SQL Server Analysis Services Tabular Model. Tato technologie je dostupná v těchto verzích a edicích SQL Serveru:

- SQL Server 2012 BI/Enterprise Edition
- SQL Server 2014 BI/Enterprise Edition
- SQL Server 2016 Standard Edition
- SQL Server 2016 Enterprise Edition

### Business nástroj, nejen technologie

**Ambica Customer Analytics** není jen technologie, je to strategický business nástroj pro podporu a řízení marketingových a obchodních procesů.



Poskytuje specifické maloobchodní metriky, které, v kombinaci s pokročilými analýzami, umožňují maloobchodním organizacím bleskovou implementaci BI řešení a okamžitě dosažení obchodních přínosů.

## Základní nákupní a analytický model

Model vychází ze vstupního rozhraní, které obsahuje základní číselníky (zákazníci, produkty, prodejní doklady, prodejní kanály) a tabulku prodejních transakcí (**historii nákupů**). Model je rozšířen o základní odvozené nákupní ukazatele, například počty nakupujících zákazníků, počty nákupů, počty položek zboží nebo průměrný nákup.

## Dynamický churn a retention model

Ambica Customer Analytics umožňuje **dynamicky členit zákazníky z pohledu jejich loajality**, kterou model interpretuje na základě aktuálnosti a frekvence nákupů zákazníka. Klasifikaci zákazníka (**nový, vracející se, ztracený, obnovený**) je možné uživatelsky řídit parametrizací časového intervalu mezi nákupy. Tuto klasifikaci a odpovídající segmentaci zákazníků je možné provádět i ve vztahu k nákupu vybraného produktu/skupiny produktů.

## RFM model



Model je založen na pětistupňové klasifikaci zákazníků dle tří kritérií:

- **Recency** - kdy nakoupili naposledy,
- **Frequency** - jak často mají ve zvyku nakupovat,
- **Monetary** - za kolik nakoupili.

Na základě ohodnocení jsou pak zákazníci přiřazeni do jednoduše interpretovatelných segmentů, kterých může být, dle vybrané metodiky, několik málo až 125. Pomocí výsledného skóre/segmentu je možné **vybrat a zacílit** na skupiny zákazníků, které mají v určité situaci největší nákupní potenciál.

Lze se tedy jednoduše zaměřit například na zákazníky nakupující v určitém ročním období se sezónním prodejem či udělat speciální kampaň pouze pro největší odběratele. RFM model je přepočítáván minimálně jednou denně, každý den jsou tedy aktualizovány i zákaznické segmenty.

## Preferenční analýzy

Po rozšíření dimenzionality je možné využít RFM model ke zjišťování různých preferencí zákazníků, například preferovaný nákupní kanál, počet navštěvovaných prodejen a vypočítané významnosti jednotlivých prodejních kanálů. Stejně je možné pracovat i s komunikačními kanály a zjišťovat zákazníkův preferovaný komunikační kanál. Komunikační kanály závisí na definici zadavatele, nicméně jsou zde předdefinované základní kanály, jako například email, poštovní adresa či telefon.

## Lokalizační analýzy

Pro každého zákazníka a každý prodejní kanál je možno extrahovat **GPS souřadnice**. Řešení obsahuje mnoho možností pro jednorázový nebo pravidelný geocoding s využitím cizích nebo vlastních služeb. Pro analytické výstupy je možné využít i grafické vizualizace s využitím mapových podkladů. Souřadnice lze dále využít pro distribuční modely zboží, analýzy tržních potenciálů lokalit, impakty reklamních letákových akcí v roznosových oblastech s kalkulacemi prodejních responzí apod.



## Dynamické produktové analýzy nákupního koše a negativní filtrování

Služby k nalezení zákaznických skupin prostřednictvím pokročilých filtračních metod s využitím **dynamické analýzy nákupního koše**. Je možné řešit úlohy nalezení zákazníků, kteří:

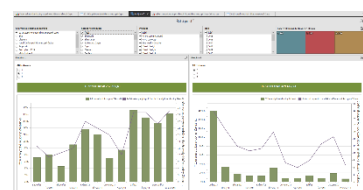
- koupili nebo nekoupili vybraný produkt,
- koupili produkt A1 a nekoupili produkt B3,
- koupili produkt A1 a nekoupili žádný produkt ze skupiny produktů B,
- koupili nějaký produkt ze skupiny produktů A a nekoupili žádný produkt ze skupiny B.

Pravidla je možné kombinovat a vztáhnout k zákazníkovi ve vybraném čase nebo ke konkrétnímu nákupnímu koši.

## Analytické skupiny

**Ambica Customer Analytics** umožňuje velice sofistikovanou **definici zákaznického segmentu** pro libovolné další využití. Tabulární OLAP kostka v kombinaci se zabudovanou podporou analytických skupin velice usnadňuje využití dle následujícího scénáře:

- Definovat vhodnou zákaznickou skupinu
- Zvolit vhodný komunikační kanál
- Oslovit zajímavou nabídkou
- Vyhodnotit komunikační a především nákupní responzi zákazníka



Pro proces tvorby **analytických skupin** je využíván analytický klient platformy **Ambica BI**, ve kterém lze definovat cílovou analytickou skupinu. Tento seznam zákazníků lze i **manuálně upravit** a, včetně dalších vybraných informací (např. email, email validity), **exportovat** k dalšímu zpracování v jiném systému (emailing). **Ambica Customer Analytics** podporuje i **A/B testování pomocí funkce náhodného automatického**

**rozdělení zákaznického seznamu** do několika podskupin. Zároveň je možné definovanou analytickou skupinu **automatizovaně „promítnout“ do zákaznické OLAP kostky** jako nový prvek zákaznické dimenze a využít ji v reportech a analýzách. Samotná zákaznická skupina je uložena v systému, což následně umožňuje jednoduché **hodnocení výsledků kampaně**.

## Profil zákazníka

Pro každého zákazníka v systému je denně aktualizován jeho **zákaznický profil**, který kromě detailní nákupní historie poskytuje i řadu nových metrik a dimenzí a také segmentaci (scoring) na základě použitých analytických modelů. Jednoduchá interpretace metrik i scoringu umožňuje rychle a lépe poznat preference vybraného zákazníka.

## Jak na to

Pokud Vás informace o řešení **Ambica Customer Analytics** zaujaly, můžete se s ním blíže seznámit na našich webových stránkách [www.ambica.cz](http://www.ambica.cz) v sekci Produkty a řešení/Ambica Customer Analytics.

Pokud by Vám však rozsah zveřejněných informací o produktu nestačil, můžete nás v případě zájmu o individuální prezentaci nebo o konzultaci k možnostem využití Ambica Customer Analytics ve Vaší společnosti kontaktovat na emailové adrese [ambica@ambica.cz](mailto:ambica@ambica.cz), na telefonním čísle **+420 384 390 700** nebo prostřednictvím kontaktního formuláře na webových stránkách společnosti Ambica.



## AMBICA s.r.o.

**AMBICA s.r.o.** je česká softwarová a konzultační společnost s více než desetiletou dobou působení na trhu. Naše společnost dodává inteligentní softwarová řešení a služby se specializací na **Business Intelligence** a **Data Warehousing**.

Portfolio řešení společnosti **AMBICA** pokrývá významný rozsah potřeb v oblasti podpory obchodních procesů, a to od problematiky datové integrace a datové kvality, přes sofistikovaná analytická a reportingová řešení až po systémy pro podporu plánování a řízení výkonu organizací a další specializované aplikace. Při vývoji produktů a realizaci zákaznických řešení se **AMBICA** opírá jednak o platformu Microsoft a jednak o vybrané open source technologie.



Díky kombinaci komerčních, open source a vlastních komponent v architektuře našich řešení si u nás vybere opravdu každý řešení přesně na míru potřebám společnosti. Neváhejte a kontaktujte nás na emailové adrese [ambica@ambica.cz](mailto:ambica@ambica.cz), či na telefonním čísle **+420 384 390 700** pro další informace.

