

Marketingcampagnes afstemmen op klantgedrag door geautomatiseerde processen



Organisatie

De Kredietdesk is een intermediair voor consumptieve kredieten, die vijf jaar geleden opgericht is als onderdeel van AA Interfinance, op haar beurt weer een dochter van ABN AMRO. De Kredietdesk functioneert als onafhankelijk tussenpersoon tussen de consument en diverse geldverstrekkers, zowel binnen als buiten ABN AMRO.

De Kredietdesk onderscheidt zich van haar concurrenten door haar klanten met gerichte marketingcampagnes te benaderen en niet op basis van DM en zware telemarketing, waar momenteel veel kredietverstrekkers de consument mee overspoelen. De Kredietdesk doet dit op basis van doelgerichte en gepersonaliseerde 1-op-1 campagnes. Op dit moment is De Kredietdesk in omvang de derde tussenpersoon van Nederland met duizenden klanten en gegevens van honderduizend oud-klanten en prospects, die allemaal bij naam en toenaam bekend zijn.

Uitdaging

Om een 1-op-1 relatie met de klant mogelijk te maken, verzamelt De Kredietdesk een grote hoeveelheid informatie. Zo wordt ieder klantcontact vastgelegd, het verloop van aanvragen en contracten nauwkeurig gevolgd en worden maandelijks door de geldverstrekkers portefeuillegegevens aangeleverd. Deze gegevens komen uit transactiegerichte systemen, terwijl de informatie voor marketingdoeleinden op klantniveau beschikbaar moet zijn. Hierdoor had De Kredietdesk geen historie van contactinformatie en werkte men op grote afstand van de klant.

Doelstelling

Het uitgangspunt voor de oplossing was om op klantniveau te leren van de communicatie met de klant. Hierbij geldt in principe dat elk contact met de klant een CRM-contact is. Customer Relations stopt niet zodra een prospect klant wordt, maar is een continu proces. Dit betekent dat ook het sturen van een maandoverzicht onder CRM valt volgens de filosofie van De Kredietdesk.

Oplossing

In het najaar van 2002 is gekozen voor de Business Process Management (BPM) oplossing van Plain Synergy. Het communiceren middels geautomatiseerde processen past geheel in het beleid van De Kredietdesk. Maar ook de gedachte van het opbouwen van een customer care database en de mogelijkheid om meerdere campagnes tegelijk te laten lopen sprak erg aan.

Begin 2003 werd de nieuwe campagnessoftware van Plain Synergy omgezet om rechtstreeks met de oude klantinformatie te werken. Vervolgens werd ook de oude klantendatabase vervangen door de Plain Synergy CRM applicatie. Dankzij de flexibiliteit van het datamodel kon alle data uit de oude database eenvoudig worden geconverteerd zonder verlies van klantinformatie.

Randvoorwaarden

De randvoorwaarden waaraan de oplossing voor De Kredietdesk diende te voldoen, waren:

- Toegankelijk maken van de applicatie voor on line aanpassingen van campagnes via webservices
- Real time koppeling met bestaande leenaanvraag applicatie
- Integratie met Oracle database
- User interface vervaardigd binnen eigen Kredietdesk huisstijl
- Het genereren van takenoverzicht op basis van Data analyse
- Uniform klantbeeld beschikbaar voor gebruikers binnen 2 schermen

Resultaten

Door alle contacten per klant vast te leggen heeft de Kredietdesk een compleet inzicht verkregen van alle individuele klanten en prospects. Dit resulteerde in een steeds verdere verfijning van campagnes. Van een simpele felicitatie bij een verjaardag tot een volledige event gedreven communicatie op basis van diverse business rules

Samengevat

- Snelle ROI: terugverdientijd van bijna een half jaar
- Kostenreductie door selectieve campagnes
- Toename van aantal contracten per mailing
- Continue controle en verbetering van klantcommunicatie
- Respons verhoogt tot 10% per campagne
- Benodigde tijd voor inrichten (klantrelatie)proces is afgenomen door flexibel klant dossier en visuele tools

De **KREDIETdesk**

DealerService



Plain Synergy BV

Klaprozenweg 75-G • 1033 NN Amsterdam • Postbus 37488 • 1030 AL Amsterdam
t 020-630 19 52 • f 020-550 37 55 • e info@plainsynergy.nl • i www.plainsynergy.nl

"Met de oplossing van Plain Synergy zijn we in staat een grote hoeveelheid klantinformatie te structureren en om te zetten in gerichte 1-op-1 communicatie met de klant."

*R. Groenendaal
Commercieel
Directeur*

"Plain Synergy wist in korte tijd onze CRM gedachte om te zetten in de technische oplossing, die inmiddels één van de belangrijkste elementen van onze bedrijfsvoering is."

*R. van Doorn
Datamanager*

