

Holland Casino, beslissingen maken op basis van harde cijfers

Situatie

Holland Casino is in 1976 opgericht door de Nederlandse Overheid en is de enige vergunninghouder tot exploitatie van casinospelen. Inmiddels is Holland Casino uitgebreid tot 12 Nederlandse vestigingen, met 4000 medewerkers, een omzet van 680 miljoen Euro op jaarbasis en 6 miljoen bezoeken per jaar.

Uitdaging

Holland Casino (verder afgekort als HC) heeft veel gegevens in haar databases, waar ze de benodigde informatie uit haalt. Volgens Jan Kuper, medewerker marketing, is het gemakkelijk om gegevens te verzamelen, maar de kunst is hoe je de informatie die je nodig hebt eruit haalt. Omdat HC verschillende vestigingen heeft, worden op het hoofdkantoor in Hoofddorp zoveel mogelijk analyses gedaan om algemene constatering te formuleren. Op deze manier kunnen alle vestigingen hiervan profiteren, omdat de formule van iedere vestiging nagenoeg hetzelfde is. Maar als HC zoveel gegevens heeft verzameld, wat halen ze daar nu daadwerkelijk uit middels analyses?

Oplossing

De analyses worden gedaan met behulp van AnswerTree en software uit de SPSS-familie.

Resultaten

Eigenlijk kan je zeggen dat HC (bijna) al haar gegevens analyseert. De analyses worden voornamelijk ingezet als ondersteuning voor de afdeling marketing beleid.

Om een voorbeeld te geven doet HC het volgende met behulp van SPSS software:

- Ontwikkelen van programmaconcepten als Let's play.
- Ontdekken van segmenten en maken van klantprofielen in de database.
- Doen van trendsanalyse.
- Maken van rapportages.

Programmaconcept Let's play

Door het doen van analyses kwam HC erachter dat een klein deel van haar gasten goed is voor het merendeel van de bezoeken. Verder kwam men tot de conclusie dat veel bezoekers het bij één bezoek houden. Dit werd teruggekoppeld naar de afdeling marketingcommunicatie en zij ontwikkelden het concept Let's play voor deze groep. De doelstelling is om het aantal bezoeken stabiel te houden en waar mogelijk te vergroten. Let's play is een lange-termijn investering in de relatie met de potentiële of nieuwe gast. De formule is dat gasten gratis professionele speluitleg krijgen en vanaf 1 Euro kunnen spelen.

Onderzoek doelgroep Let's play

Middels onderzoek wil HC kijken wat voor motivatiefactoren en kwaliteitskenmerken (kwaliteit van producten en personeel) van belang zijn voor de gasten. Voor het analyseren van deze factoren maakt HC gebruik van de beslisboomtechnieken van AnswerTree. De factoren die de gasten belangrijk vinden en minder goed beoordelen, worden zo direct zichtbaar en hier kan actie op ondernomen worden. Want als de factoren die zij belangrijk vinden goed zijn, komen ze vaker terug.

"Met AnswerTree kunnen de data gemakkelijk worden geanalyseerd en de antwoorden die eruit komen, zijn goed en betrouwbaar. Ook, omdat met AnswerTree de uitkomsten gepresenteerd worden in beslisbomen, is het gemakkelijk uitlegbaar aan anderen. HC maakt vooral gebruik van AnswerTree voor verkennende analyses."

– Jan Kuper, marketing medewerker





Holland Casino, *vervolg*

Segmenten en klantprofielen

Ook wordt AnswerTree gebruikt om segmenten in de crm-database te ontdekken. Hier wordt gekeken naar bijvoorbeeld de respons op mailingen. HC mag niet altijd, zoals andere bedrijven doen, alle groepen benaderen die het beste responderen op mailingen. Want volgens de wet mag HC niet aanzetten tot spel. Een voorbeeld wat HC wel doet: de gasten zijn verdeeld in bezoekfrequentiegroepen (hoe vaak ze naar het casino gaan op jaarbasis). Welke mensen uit die groepen reageren nu op een mailing over horeca, tafelspelen of speelautomaten? Voor diegenen die reageren op een horecamailing wordt een heel concept ontwikkeld op basis van de in AnswerTree gemaakte klantprofielen. Zij ontvangen dan een serie van mailingen.

Trendanalyse

Naast AnswerTree maakt HC ook gebruik van andere SPSS toepassingen. HC bekijkt de trendontwikkeling: dit betekent dat HC van tevoren kijkt hoe de ontwikkelingen zijn voor de toekomst op basis van gegevens uit het verleden. Door middel van trendonderzoek wordt het beleid mede vastgesteld. HC kijkt bijvoorbeeld naar wat Let's play voor invloed heeft op de doorstroming van gasten. "Of: stel dat we een nieuwe automaat neerzetten, wat heeft dat voor invloed op andere automaten en wat

voor soort gasten haal je hiermee binnen? HC probeert van tevoren zoveel mogelijk te kijken 'hoe gaat iets lopen als ...'. We proberen zo weinig mogelijk beslissingen op buikgevoel te nemen, dus zoveel mogelijk op basis van harde cijfers," geeft Jan Kuper aan.

Rapportages

Verder maakt HC alle rapportages met behulp van SPSS. Momenteel gaat daar redelijk veel tijd in zitten, want de afdeling marketingcommunicatie wil bijvoorbeeld een rapportage van deze week, maar ook weer van een week later. Daarbij wordt het hele proces om tot deze rapportage te komen weer doorlopen. Daarom wil HC overstappen op web-based rapportages, zodat de rapportages geautomatiseerd worden en de medewerkers van marketingcommunicatie zelf de rapportage kunnen bekijken die zij op dat moment interessant vinden. Ook krijgt men met SPSS inzicht in de productperformance en gebruikt HC het bij levenscyclusontwikkeling.

Dus door de analyse van (bijna) alle gegevens in databases worden beleidsmatige beslissingen genomen. Omdat constant alles wordt geanalyseerd, kan direct op de uitkomsten in worden gespeeld, waardoor HC altijd in beweging is.

SPSS Benelux bv

Postbus 115, 4200 AC Gorinchem
Avelingen West 80, 4202 MV Gorinchem
Telefoon: 0183 651 777
Fax : 0183 651 700
Email : info@spss.nl
Internet : www.spss.nl