



14% meer bestellingen bij PABO door gebruik van Clementine

Situatie

PABO is een postorderbedrijf dat gespecialiseerd is in erotische artikelen. Het hoofdkantoor is gevestigd in Nederland, te Walsoorden. Verder is PABO actief in de landen België, Frankrijk, Oostenrijk, Engeland, Duitsland en USA. De omzet in 2002 bedroeg 90 miljoen EURO. De doelstelling van PABO is om in de komende jaren sterk te groeien.

Uitdaging

PABO stuurt momenteel twee maal per jaar de nieuwe catalogus naar bijna haar hele klantenbestand, opgesplitst in 2 seizoenen: voorjaar/zomer en herfst/winter. Daarnaast stuurt PABO naar gedeeltes van het klantenbestand in een seizoen vier à vijf catalogi. In Nederland en België is PABO al langere tijd actief. PABO bereikt in deze landen geen sterke groei meer. Dus is het zaak voor met name deze landen om van grote homogene oudere klantgroepen toch de meest koopgeïnteresseerde klanten te selecteren en zo oplages te reduceren en rendement te maximaliseren.

Bovendien kampt PABO met een oplopend 'slapersbestand'. Dit wil zeggen dat de groep klanten die langer dan twee jaar niets besteld hebben steeds groter wordt. In Duitsland bijvoorbeeld is de grootte van deze groep circa 600.000. Ook in deze klantenpool wil PABO een schifting aanbrengen, zodat alleen renderende klantengroepen worden gemaild. De bestaande selectiemethoden waren daarvoor echter ontoereikend.

Oplossing

Met Clementine, dé data mining workbench van SPSS, is het mogelijk voor Jeroen Kroes om criteria te ontdekken waarop de schifting aangebracht kon worden.

Resultaat

- Bij een ongeveer gelijke oplage is de bestelquote 14% hoger ten opzichte van de traditionele RFM-methode (uitgaande van testresultaten op de 'slapersbestanden').
- In Nederland wordt een model gebruikt, dat in andere landen als template gebruikt wordt. Dus een hogere efficiency is bereikt.
- Extracties uit de database nemen beduidend minder tijd in beslag. Een betere performance door de samenwerking van Clementine en de database draagt hiertoe bij.

Hogere vraag creëren

Naast de traditionele RFM-methode, kunnen met data mining variabelen gevonden worden waar in eerste instantie niet zelf aan wordt gedacht. Door een weging te maken van deze variabelen, ontstaat uiteindelijk een model dat toegepast kan worden op het hele 'slapersbestand'. Nadat de mailing verstuurd is, komt het **aantal bestellingen - oftewel de bestelquote - 14% hoger uit** dan wanneer de klanten op de traditionele manier geselecteerd worden.

Hogere efficiency

Jeroen Kroes heeft een model gemaakt voor Nederland en kan deze template toepassen op de databases van andere landen. Het enige dat hij aan moet passen, is de link naar een specifieke database en de weging van de variabelen. Voor België, Frankrijk, Duitsland en de andere landen hoeft dus niet opnieuw het wiel uitgevonden te worden. Ditzelfde geldt voor het doen van éénzelfde extractie voor een ander seizoen. Ook hiervoor wordt de standaard template gebruikt. Jeroen Kroes wint door deze 'automatisering' **25% meer tijd tijdens de selectieperiodes**.

beate uhse
pabo

"De kracht van Clementine ligt in het feit dat het mogelijk is na een paar dagen training en begeleiding zelfstandig aan de slag te kunnen."

– **Dominique de Rooij**

PABO, *vervolg*

Snellere extracties

Door het gebruik van Clementine gaan de selecties zelf veel sneller. Dit komt mede doordat Clementine en de database goed samenwerken. Volgens Jeroen Kroes is de **performance met 10% verbeterd**, wat betreft de snelheid bij het doen van selecties vergeleken met de voorgaande methode.

Implementatie

De implementatie verliep goed. Alvorens met de data mining workbench te werken, volgden Dominique de Rooij en Jeroen Kroes een intensieve en op-maat-gemaakte training van twee dagen bij SPSS Benelux bv. De Rooij: "De kracht van Clementine ligt in het feit dat het mogelijk is na een paar dagen training en begeleiding zelfstandig aan de slag te kunnen."

Jeroen Kroes: "Over de ondersteuning en training bij het gebruik van Clementine was ik erg te spreken. Ook werd op onze vragen snel gereageerd door SPSS."

Creditmanagement

Dominique de Rooij gebruikt Clementine ook voor creditmanagement. In principe levert PABO aan haar klanten op rekening. Maar om debiteurenuitval te beperken is het belangrijk in te kunnen schatten op welke klantgroepen PABO een hoger risico op betalingsuitval loopt. Met Clementine worden modellen gemaakt om deze klantgroepen te onderscheiden. Dan maakt de heer De Rooij de afweging: laten we de order doorgaan of houden we hem tegen en vragen de klant eerst om een voorschot. Dominique de Rooij: "Ook hiervoor geldt dat modellen gemakkelijk aan te passen zijn en gemakkelijk aan andere bestanden cq. databases gekoppeld kunnen worden."

Cross- en upselling

In de toekomst zal Clementine ook ingezet gaan worden om te kijken of er bepaalde verbanden tussen klantgroepen en producten bestaan. Doel hiervan is om de marketingactiviteiten en bepaalde producten beter op elkaar af te stemmen.

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