

Teknikken bag RelationPlus – et kig ind i maskinrummet

Her kan du læse mere om teknikken bag RelationPlus.

SEGMENTERING

Med indsigt i både demografi, kundens adfærd og målgruppe kan du anvende viden til at kommunikere bedre og mere relevant med dine kunder ved at benytte RelationPlus.

Vi oplever, at virksomheder generelt bevæger sig fra at benytte uddifferentieret markedsføring til ikke bare at bruge koncentreret markedsføring ved at kommunikere med udvalgte segmenter, men bevæger sig helt ned i én-til-én markedsføring med udvalgte kunder i målgruppen.

Individer har altid en række fællestræk, som binder dem sammen. Typisk fordi de har fælles interesser, præferencer og behov.

Når vi benytter RFM-modellen, deler vi kunderne op i segmenter, alt efter hvor frekvent de handler og hvor meget, de handler for. Det giver en indsigt, der sikrer relevans.

	Ej anvendt	215+	139 - 214	86 - 138	70 - 85	<= 69
Ej anvendt	27,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
1-2	0,0% ^D	3,7%	3,0%	2,8%	5,8%	0,6%
3 - 4	0,0%	0,9%	1,6%	2,0%	1,4%	0,7%
5 - 12	0,0%	0,9%	2,1%	4,5%	4,6%	2,1%
13 - 40	0,0% ^C	0,6%	0,9% ^C	3,3%	6,9% ^A	4,7%
41 +	0,0%	0,2%	0,4%	1,1%	4,4%	17,9%

Segment	Action
A	Behold, udvikle loyalitet
B	Anvender ofte, øge frekvens
C	Besøg igen, mindske recency
D	Begynd at anvende

På den måde får vi et godt overblik over, hvilke kunder vi skal bearbejde mere, hvilke kunder, vi ikke behøver bearbejde så meget, fordi de i forvejen er loyale, men også hvilke kunder vi helt bør undlade at kommunikere med, fordi de ikke er lønsomme for os, og sikkert heller aldrig bliver det.

RelationPlus har de funktioner, du behøver for selv at definere, segmentere og skabe relevans overfor rette målgruppe. Gennem skemalægning af tilbagevendende aktiviteter eller gennem analyse af

kundernes egen adfærd, kan RelationPlus generere løbende udtræk – helt automatisk.

Ved at basere dit udtræk på både demografi, kundens adfærd og situation kan du anvende din viden til at kommunikere bedre og mere relevant med dine kunder. Med en intelligent segmentering får du øget relevans. Med øget relevans i din kommunikation, får du bedre effekt.

ANALYSE

Købsadfærd

I en overskuelig oversigt får du overblik over, hvilke kunder som har handlet, hvor meget de har handlet for og hvornår (se også RFM modellen). Denne information giver dig værdifuld viden om hvilke tilbud og budskaber, du skal kommunikere til hvilke kunder.

Beregning af kundens livstidsværdi

Vi gennemgår hvert segment og beregner retention, længde af kundeforholdet og livstidsværdi. Det giver dig et overblik over, hvilket potentiale din kunde-portefølje faktisk har!

Evaluering af bonusprogram

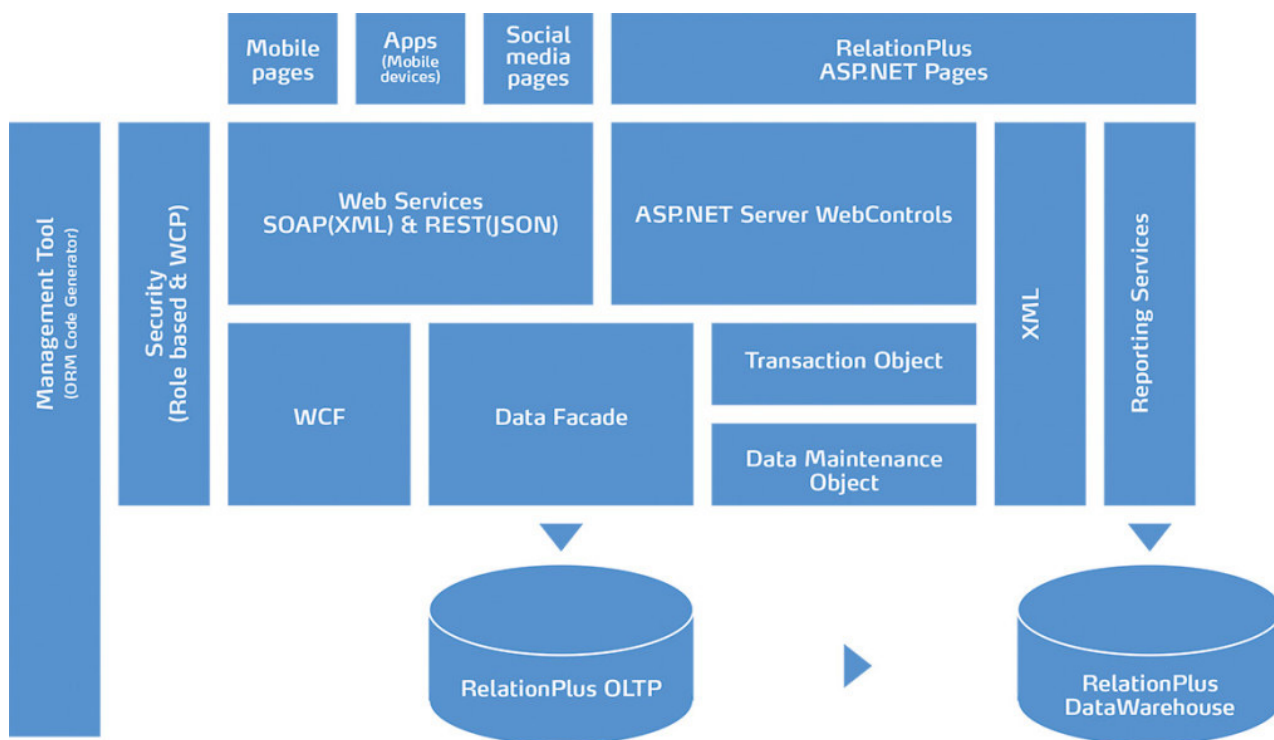
Evaluer dit eksisterende bonusprogram, det er en god kontrolforanstaltning for at sikre, at du får den forventede effekt. Får du de mer-køb du ønskede? Får du øget aktivitet?

Evaluering af kampagner

Vi drager konklusioner og giver dig anbefalinger, som kan hjælpe dig i forbindelse med dine kommende kampagner. Vi tilbyder på kvantitative og kvalitative målinger af dine kundeaktiviteter. Resultatet giver dig information om, hvor dialogen med din kunde kan forbedres, og hvilke aktiviteter, der giver størst respons.

Automatiserede analyser

Jo mere af analyseprocessen der er automatiseret, desto mere tid kan du bruge på de analyser og beslutninger, der for alvor giver dig et forspring i forhold til konkurrenterne.



RELATIONPLUS ARKITEKTUR

RelationPlus er baseret på Microsoft.NET

Arkitekturen bygger på moduler i .NET, som er en grundlæggende del af Microsoft arkitekturen. Det giver mulighed for differerende kundetilpasning. Det følger selvfølgelig Microsofts retningslinjer for systemudvikling.

Arkitekturen består af forskellige dele med præsentationslaget i toppen og datalaget nederst og med en sikkerhed, der går igennem hele strukturen. Rent konceptuelt kaldes det en trelagsarkitektur, som er meget almindelig inden for moderne applikationsudvikling.

MODULBASERET APPLIKATIONER

Generelt

RelationPlus applikationen indeholder et antal moduler, for eksempel Kunde- og Kampagnemodulerne. Hvert modul har en grundlæggende grafisk profil, som er fælles og som genfindes i hele applikationen.

Med den nyeste .NET framework blev der introduceret en del nye komponenter, som vi har tilpasset

for at fremskynde udviklingsarbejdet, og som vi genanvender mest muligt.

Nedenfor følger en beskrivelse af systemet i den standardiserede funktionalitet, som går igennem hele applikationen:

Navigationsmenu

RelationPlus benytter samme navigationsprincipper som bl.a. flere af Microsofts produkter. Øverst i applikationen findes en menulinje kaldet "Ribbon", som giver hurtig adgang til store dele af applikationen.

Forskellige funktioner/valg vises ved hjælp af forskellige ikoner og er grupperet efter funktionalitet. Ikonerne kan være aktive eller inaktive, afhængigt af brugerens autorisation og rettigheder eller afhængigt af fx et underliggende objekts egenskaber eller status.

Strukturen i applikationens web-sider

Der findes forskellige typer web-sider, som bruges til at vise informationen. De er opdelt i applikationssider og dialogsider.

Applikationssider bruges til at vise både generelle og detaljerede informationer, og de udgør den væsentligste sidetype i applikationen. Indholdet i



menulinjen ændres afhængigt af, hvilket modul der vælges i ribbon-menuen.

Til visse informationer bruges dialogsider, som er enklere sider uden egen menulinje. De åbnes i et separat vindue, og størrelsen er generelt mindre. Når en dialogside åbnes, deaktiveres den bagvedliggende side og kan ikke opdateres.

Lister

- Alle lister understøtter kolonnesortering.
- Man kan centralt for hele applikationen bestemme antallet af rækker, som hver liste viser.
- Når man klikker på den ønskede kolonne, sorteres dataene i listen.
- Hvis listen indeholder flere poster end det antal, der er bestemt centralt, aktiveres sidevisningen, og der er mulighed for at bladre.
- En liste kan indeholde links og klikbare ikoner, som leder brugeren videre til detaljerede informationer.
- Indhold i lister kan som standard eksporteres til Excel.

Validering af data

Alle felter i applikationen, som er markeret med fed skrift, er obligatoriske, og man kan ikke gemme informationerne, hvis de ikke er udfyldt. Disse felter er også svagt gule i indtastningsformularen.

Et pop-up vindue med en fejlmeddelelse aktiveres i applikationen med besked til brugeren, hvis der er udført en handling, der ikke er tilladt, og i visse tilfælde hvilke foranstaltninger der skal træffes. På denne måde har brugeren kontrol over, hvad der er tilladt og ikke er tilladt.

Centrale indstillinger

Nogle indstillinger kan indstilles centralt, så de gælder for hele applikationen. Følgende valg foretages i grænsefladen:

- Understøttelse af forskellige sprog, fx svensk, dansk, norsk og engelsk.
- Antal poster/sider for datalister, fx er standard sat til 50 poster.
- Start-dashboard

Følgende valg foretages ved installationen:

- Visning af kundenavn, fx følgende format, der er sat som standard: BusinessName, FirstName, LastName.
- Formatering af valuta, fx vis ikke mere end 2 decimaler
- Visning af symbol for valuta, fx som "kr" som standard
- Formatering af dato, fx uden tid/sekunder
- Formatering af tal, fx vis ikke mere end 2 decimaler

Individuelle indstillinger

Det er muligt at foretage en individuel ændring af nogle af de indstillinger, der er sat som centrale fælles værdier for hele applikationen.

Denne release af RelationPlus® understøtter:

- Indstilling af sprog; brugeren kan ved logon vælge det sprog, som skal benyttes til ledeteksterne på grænsefladen
- Antal rækker i lister; brugeren kan på sin profil indstille, hvor mange rækker der skal vises, inden der skiftes side