

Kako razviti segmentacijske i cross selling modele pomoću *data mining* metoda

1. Pregled metodologije segmentacije i cross selling-a

- Definicija tržišnih segmenata
- Definicija *cross sellinga*
- Uloga data mining metoda u razvoju segmentacijskih i *cross selling* modela
- Planiranje razvoja

2. Priprema podataka

- Konekcije na izvore podataka (DWH, transakcijske baze podataka, raw input data)
- Definicija ulaznih varijabli
- Definicija izlaznih varijabli
- Pregled kroz tehnike i metode preprocesiranja podataka (skaliranje, kategorizacija, normiranje...)

3. Analiza važnosti atributa

- Tehnike procjene analize relevantnosti atributa
- Analize važnosti atributa baziranih na korelaciji
- Analize važnosti atributa s obzirom na deklarirane ciljne varijable

4. Segmentacija tržišta pomoću *stabala odlučivanja*

- Uvod u *stabla odlučivanja*
- Postavke varijabli
- Kreiranje modela
- Interpretacija rezultata analize
- Kreiranje tržišnih segmenata
- Profiliranje tržišnih segmenata
- Izvještavanje i implikacija na procese donošenja poslovnih odluka temeljem rezultata analize

Segmentacija tržišta pomoću metoda *klasteriranja*

- Uvod u *klasteriranje*
- Postavke varijabli
- Kreiranje modela

- Interpretacija rezultata analize
- Kreiranje tržišnih segmenata
- Profiliranje tržišnih segmenata
- Izvještavanje i implikacija na procese donošenja poslovnih odluka temeljem rezultata analize

5. Generički modeli u službi segmentacije

- Uvod u fuzzy ekspertne sustave
- Postavke varijabli
- Kreiranje segmentacijskih modela pomoću fuzzy ekspertnih sustava
- Analiza raslojavanja tržišnih segmenata
- Izvještavanje i implikacija na procese donošenja poslovnih odluka temeljem rezultata analize

6. *Direct marketing*

- Regresijski modeli i *direct marketing*
- Dizajn ulazno izlaznih parametara
- Tehnike procjene pouzdanosti modela
- Proračun vjerojatnosti odaziva prema tržišnim segmentima
- Profiliranje *zainteresiranog* korisnika

7. Kreiranje cross selling modela

- Uvod u *asocijativne algoritme*
- Postavke varijabli
- Kreiranje modela
- Interpretacija rezultata analize
- Predikcija vjerojatnosti *cross sellinga*
- Profiliranje segmenata sa visokim vjerojatnostima *cross sellinga*
- Izvještavanje i implikacija na procese donošenja poslovnih odluka temeljem rezultata analize

8. Razvoj kompleksnih hibridnih cross selling modela i segmentacijskih modela

- Analiza raslojavanja tržišnih segmenata
- Profiliranje tržišnih segmenata sa i bez obuhvaćene temporalnom komponente
- Planiranje i razvoj novih proizvoda prilagođenih tržišnim segmentima
- Planiranje promotivnih kampanji i aktivnosti temeljem rezultata analiza
- Evaluacija promotivnih kampanji na razini tržišnih segmenata
- Dizajniranje sustava ranog upozorenja na razini tržišnih segmenata

Metodologija rada :

Praktični pristup razmatranja problematike uz rješavanje konkretnih poslovnih slučajeva.

Razmatranje konkretnih poslovnih slučajeva, sa mogućnošću rješavanja realnih problemima naručitelja konzultantskih usluga.

Trening setove podataka može kreirati izvođač seminara, ili ih može pripremiti naručitelj (npr. Reprezentativni sampling na 20% slučajno odabranih slogova iz originalne baze).

Konzultantske usluge je moguće organizirati i kao interaktivni rad s ciljem rješavanja konkretnog modela rješenja.

Naglasak predavanja nije fokusiranost na određeni softver, već na metodologiju koja proizlazi iz problematike kreiranje churn modela iako će naglasak biti stavljen na SPSS tehnologiju i SPSS alate.

Naručitelj može utjecati na sadržaj i metodologiju izvođenja workshopa maksimalno ih prilagođavajući vlastitim potrebama.

Procijenjeno vrijeme trajanja konzultantskih usluga:

Tri dana po 6 sati (18 sati ukupno)

Kvalifikacije predavača:

Dr.sc. Goran Klepac, radi kao direktor Business intelligence direkcije u Raiffeisen Consultingu. Dugi niz godina radio je kao konzultant u domeni otkrivanja znanja iz baza podataka u različitim granama gospodarstva.

Trenutno u svojstvu konzultanta vodi ili sudjeluje na većem broju projekata vezanih uz potporu odlučivanju i otkrivanje znanja iz baza podataka (područje financija, autoindustrije, turizma).

Koautor je knjige *Poslovna inteligencija* i autor je knjige *Primjena inteligentnih računalnih metoda u managementu*, te suradnik na Englesko-hrvatskom informatičkom enciklopedijskom rječniku.

Predavač je na poslijediplomskom znanstvenom studiju Informatički management na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu. Aktivni je sudionik niza znanstvenih i stručnih konferencija iz domene data mininga. Autor je i knjige "*Poslovna inteligencija kroz poslovne slučajeve*" čije se izlaženje očekuje tijekom rujna 2006. godine. Više na: <http://www.goranklepac.com/cv.htm>.

Za sve dodatne informacije, molimo Vas da se obratite na e-mail : tomislav.cigrovski@rba-zagreb.raiffeisen.at (Tomislav Cigrovski), ili na telefon : 01/ 61 74345 (Tomislav Cigrovski).