



Présentation

IBM Customer Profitability Analytics permet de calculer et de gérer proactivement la rentabilité des clients grâce à une meilleure compréhension des indicateurs clés de performance comme le RAROC ou le compte de résultat. Cette solution vous permet d'obtenir des connaissances utilisables depuis de vastes volumes de données sur vos clients; vous pouvez ainsi mieux appréhender les besoins de ces derniers et bénéficier d'une compréhension approfondie de ceux-ci, une compréhension que vos concurrents ne peuvent imiter.

IBM Customer Profitability Analytics

La solution IBM Customer Profitability Analytics vous permet d'optimiser votre base client en visualisant instantanément et dans un seul affichage les principaux facteurs de rentabilité. Vous disposez d'une vue claire des états des résultats individuels, ainsi que de données concernant les ménages, les contacts personnels et professionnels, les possessions, la démographie et les facteurs de rentabilité. Cette solution comporte également une modélisation prédictive vous permettant de savoir quels sont les produits et les services les plus importants pour les clients et ceux qui sont les plus profitables pour la banque. Avec cette connaissance approfondie et la capacité de prévoir la valeur économique des clients, vous pouvez prendre des décisions plus intelligentes et mettre en œuvre des stratégies marketing et commerciale pour augmenter la rentabilité de toute votre base client. La solution IBM Customer Profitability Analytics est constituée de trois principaux composants logiciels intégrés sur une plateforme SOA (Service-Oriented Architecture). Elle fournit aux établissements bancaires des informations pertinentes et exploitables sur la rentabilité de leurs clients qui leur permettront d'optimiser leurs résultats commerciaux.

Cette solution repose sur un système de calcul de rentabilité qui peut générer des états de rentabilité pour chaque client. Elle fait appel à une théorie comptable recommandée pour calculer le coût de financement, le rendement du capital ajusté au risque (RAROC), la provision pour pertes et les dépenses hors intérêt, en utilisant une comptabilité par activités et une méthodologie d'allocation. Elle calcule aussi de nombreux ratios clés de performance (RAROC, rendement des capitaux propres, ratio de dépenses, rendements de prêts, taux d'intérêt sur les dépôts, taux de rendement de l'actif, etc.) liés à niveau des titres ou à des comptes client. Les calculs sont résumés dans une vue multidimensionnelle prenant en charge les analyses et les rapports sur la rentabilité les plus pointus.





Figure 1 : Calculs des ratios clés de performance

Le second composant logiciel est une fonction de production de rapports fournie par IBM Cognos 10, qui permet aux utilisateurs professionnels concernés de visualiser des données sur la rentabilité, au moment et dans le format voulu. Cette solution comporte des tableaux de bord et des fiches de résultats pour chaque secteur d'activité majeur d'une banque, ainsi que des tableaux de bord d'analystes financiers ou marketing mettant en évidence les indicateurs clés de performance pertinents pour chaque rôle. Avec IBM Cognos 10, les principales banques permettent aux utilisateurs responsables d'activités commerciales ou en relation avec la clientèle de penser et d'agir sur la base de faits et non uniquement d'intuitions. L'expérience utilisateur est conçue pour répondre aux modes de pensée des utilisateurs professionnels et le nouvel espace décisionnel offre une navigation claire, puissante et intuitive.

La plateforme Cognos 10 offre aussi un réseau collaboratif et social intégré, incitant à l'échange d'idées et de connaissances qui devrait naturellement avoir lieu dans le processus de prise de décisions, mais qui disparaît dans de nombreuses organisations en raison des silos départementaux ou des processus manuels. En favorisant la formation de communautés, le partage d'opinions et de connaissances autour de rapports communs, ainsi que l'échange de perspectives, les décideurs peuvent collaborer plus efficacement avec leurs équipes, qu'elles soient de l'autre côté du couloir ou dispersées dans le monde entier. Les fonctions de réseaux collaboratif et social permettent également de créer une mémoire d'entreprise sur laquelle il est possible de capitaliser pour se démarquer de ses concurrents et améliorer le service après-vente.

Cognos 10 offre également des accès mobiles et en temps réel, ainsi que des fonctions composites d'intelligence d'entreprise qui font que la production de rapports et l'analyse ne constituent plus une activité périodique, mais se trouvent véritablement au cœur de chacune de vos activités. En mettant à la disposition des employés qui traitent avec les clients, ou des représentants nomades, un système de production de rapports et d'analyse en libre-service, vous pouvez étendre l'adoption et l'utilisation de la solution, tout en faisant en sorte que les utilisateurs passent moins de temps à essayer de trouver les bons chiffres pour se concentrer sur l'optimisation de leurs activités.

Le troisième composant logiciel est l'analyse prédictive, qui combine des informations historiques et des attributs client pour prévoir la valeur client, les nouvelles opportunités ou les cibles à fidéliser. Les modèles prédictifs peuvent vous aider à comprendre et à anticiper ce que veulent les clients et ce qu'ils feront, en mettant en évidence des schémas au sein des données et en établissant la probabilité d'événements futurs. Par exemple, vous pouvez utiliser l'analyse pour calculer la rentabilité des clients et appliquer des modèles prédictifs pour déterminer ceux ayant la valeur la plus importante. L'analyse prédictive peut alors être appliquée pour trouver des clients similaires ou le segment le plus réceptif pour les initiatives de ventes croisées, ainsi que



Figure 2 : Tableau de bord de rentabilité pour une banque commerciale

l'offre la plus pertinente à leur proposer. La solution IBM Customer Profitability Analytics permet aux banques d'accéder aux fonctions suivantes :

- Calcul et surveillance de la rentabilité de chaque client.
- Vue intégrée de la rentabilité pour des dimensions clés telles que :
 - Produit
 - Secteur d'activité/entreprise
 - Clients
 - Région
 - Durée
- Connaissance des besoins des clients et de leur propension à acheter de nouveaux produits.
- Analyse de scénario de rentabilité par simulation en temps réel.
- Prévion de la valeur du client.
- Prévion et planification de la rentabilité.
- Vue à 360 degrés des clients et de leurs profils produit.



Figure 3 : Modèle prédictif pour la rentabilité client

Différenciation concurrentielle avec analyse de rentabilité

IBM Customer Profitability Analytics permet aux dirigeants des banques de développer une connaissance unique des besoins et souhaits de leurs clients, que leurs concurrents ne peuvent imiter. En sachant qui sont vos clients les plus précieux, ce qu'ils veulent et comment ils se comporteront dans le futur, vous pouvez mieux répondre à leurs besoins et le faire de façon plus rentable. Vous pouvez aussi utiliser ces connaissances afin d'améliorer les réponses marketing, de développer des stratégies de ventes croisées, d'augmenter la satisfaction et la fidélisation des clients et, enfin, d'augmenter vos revenus.

Voici un scénario simple qui illustre comment IBM Customer Profitability Analytics peut optimiser la façon dont les banques interagissent avec leurs clients.

- Les dirigeants des banques utilisent l'analyse pour déterminer et profiler les attributs des clients les plus rentables.
- Les dirigeants des banques déterminent quels clients sont proches du « client idéal » en fonction de leur comportement et des produits et services qu'ils utilisent.
- À l'aide de l'analyse et de l'optimisation des décisions, les dirigeants des banques déterminent avec précision les meilleures offres pour ces clients « presque idéaux » afin de les rendre plus rentables.
- L'analyse prédictive peut alors être utilisée pour aider les dirigeants des banques à prévoir les canaux marketing auxquels ces clients vont le plus probablement réagir et utiliser ces informations pour développer et exécuter une campagne de ventes croisées efficace.

Ainsi, les dirigeants des banques peuvent guider leurs clients vers une rentabilité accrue et optimiser ainsi leur valeur.

Pourquoi l'analytique des affaires

Les solutions d'analytique des affaires IBM pour le secteur bancaire combinent l'intelligence d'entreprise d'IBM Cognos et les technologies d'analyse prédictive d'IBM SPSS. Cette approche complète permet d'offrir les fonctions clés requises pour générer des profits et un avantage concurrentiel exceptionnels liés à une parfaite analyse client. Les rapports, les fiches de résultats, les tableaux de bord, l'analyse, la modélisation prédictive et la surveillance en temps réel permettent d'obtenir une vue unifiée complète de chaque client. En consolidant de grandes quantités de données client, les solutions d'analytique des affaires IBM pour le secteur bancaire offrent des informations exploitables et une visibilité prédictive sur le comportement, les flux de revenus et la rentabilité des clients.

Conclusion

Pour les dirigeants de banques qui veulent accroître leurs revenus et améliorer la rentabilité, une bonne connaissance des clients est indispensable. En appliquant l'analyse aux immenses quantités de données client disponibles, ils obtiennent des connaissances exploitables leur permettant de mener des stratégies et des initiatives visant à instaurer des relations de confiance rentables et à long terme. Grâce à une optimisation globale, allant des campagnes de marketing aux efforts de fidélisation des clients, en passant par les initiatives de ventes croisées et de vente à plus haute valeur unitaire, ainsi que par le service après-vente et les choix tarifaires, l'analyse client permet aux dirigeants du secteur bancaire d'augmenter leur part de portefeuille, de surpasser la concurrence et de maximiser la rentabilité de chaque client.

À propos de l'analytique commerciale d'IBM

Les logiciels d'analytique des affaires IBM aident les entreprises à mesurer, à comprendre et à anticiper leurs performances opérationnelles en fournissant des informations exactes, cohérentes et exhaustives. Cette gamme complète d'applications d'aide à la décision, d'analyse prédictive avancée, de gestion de la stratégie et des performances financières et d'analytique fournit instantanément des données claires qui peuvent être utilisées pour améliorer la performance actuelle et prédire les résultats à venir. Grâce à cette gamme combinée de riches solutions sectorielles, ainsi qu'à des services professionnels et à des pratiques éprouvés, les organisations de toutes tailles peuvent optimiser leur productivité et atteindre de meilleurs résultats.

Pour en savoir plus sur la façon dont les solutions d'analytique des affaires IBM pour le secteur bancaire peuvent aider votre entreprise à atteindre ses objectifs commerciaux, rendez-vous sur :

ibm.com/smarterplanet/ca/fr/banking_technology/ideas/index.html?re=sph



IBM Canada Ltd.

3600, Steeles Avenue East
Markham, Ontario L3R 9Z7
Tél. : 905 316-5000
Télééc. : 905 316-2535

La page d'accueil IBM se trouve à :

ibm.com

IBM, le logo IBM, ibm.com, Cognos et SPSS sont des marques de commerce ou des marques déposées d'International Business Machines aux États-Unis et (ou) dans d'autres pays. Si ces marques et d'autres marques d'IBM sont suivies du symbole ^{MD} ou ^{MC}, cela signifie qu'il s'agit d'une marque déposée ou de common law aux États-Unis, qui appartenait à IBM au moment où l'information a été publiée. Ces marques peuvent aussi être déposées ou reconnues par la législation générale dans d'autres pays. La liste à jour des marques d'IBM est disponible sur le Web sous « Droits d'auteur et marques de commerce » à

ibm.com/legal/copytrade.shtml

Tous les autres noms d'entreprises, de produits ou de services sont des marques de commerce ou des marques de service appartenant à leurs détenteurs respectifs.

© Copyright IBM Corporation, 2012.



Veuillez recycler.

Analytique des affaires