



THEANALYTICSLAB

Van onze zelfrijdende auto naar gepersonaliseerde communicatie

The Analytics Lab | 11-4-2017 | Den Bosch

Jeroen Kromme & Simon Bolhuis



- Fact based decisions
- Advies & interim, Recruitment, Academy & The Analytics Lab
- Target to data benadering
- Finance, Telecom, Media, Energy & Publieke sector
- 60 professionals
- Pragmatisch, no-nonsense en resultaatgericht



THEANALYTICSLAB

- Platform voor innovatie
- Nieuwe methoden en toepassingen van data & analytics
- Focus op behoefte & vraag creatie
- Business cases voor data analytics/data science competentie
- *“Think big, start small, scale up”*



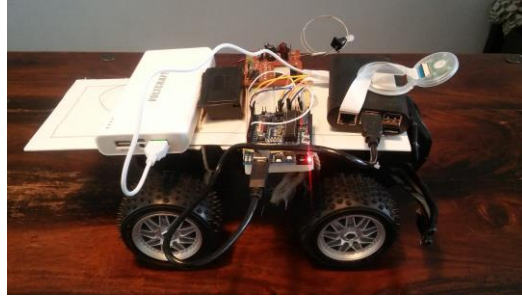
Think big?



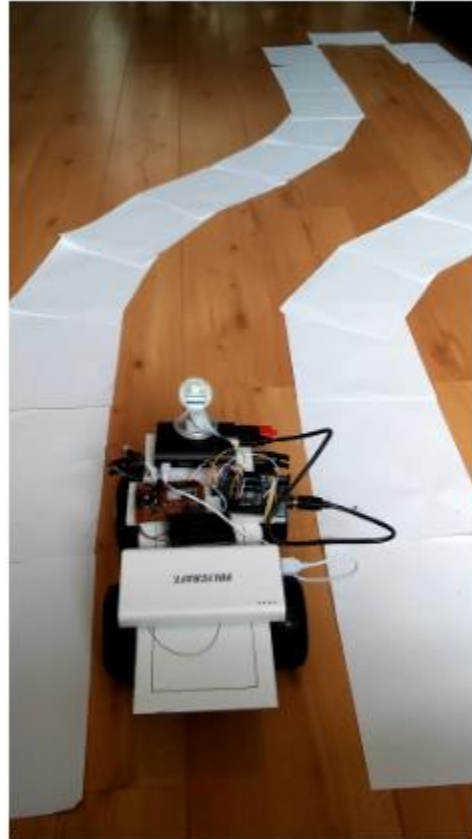
THEANALYTICSLAB



Start small ...



& scale up!



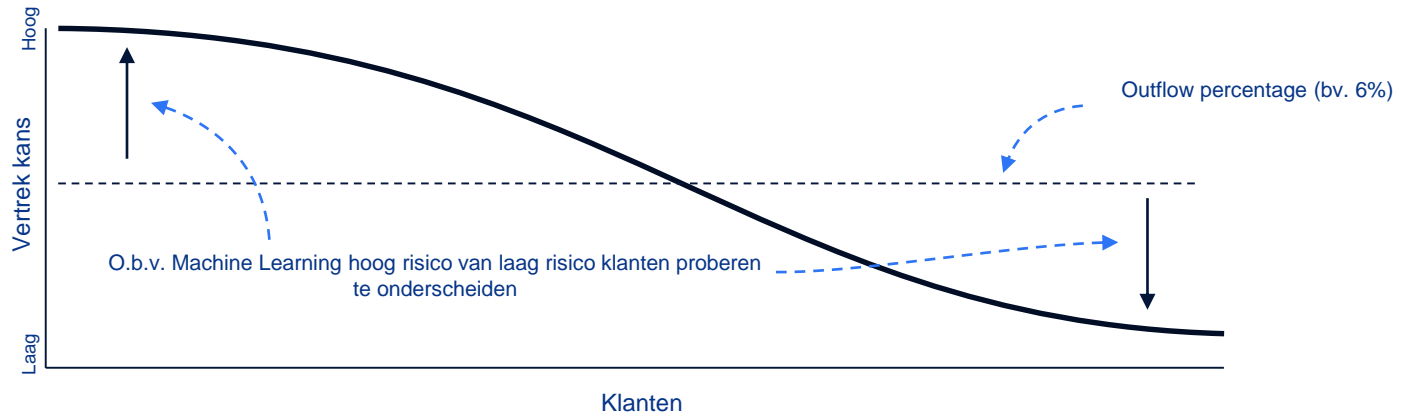
<http://www.theanalyticslab.nl/2016/08/28/building-a-self-driving-car/>

Machine Learning in Marketing

O.b.v. Machine Learning hoog risico van laag risico klanten proberen te onderscheiden

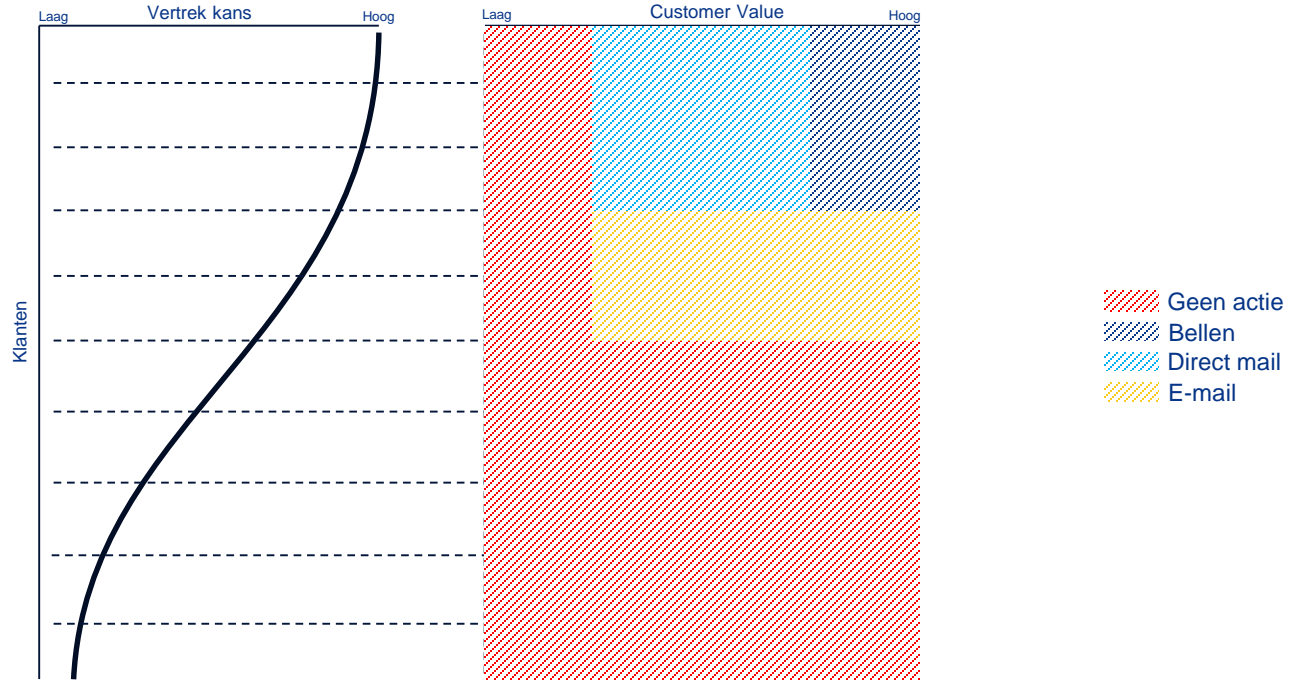


THEANALYTICSLAB



Gedifferentieerde Marketing

Voorbeeld van gedifferentieerde marketing

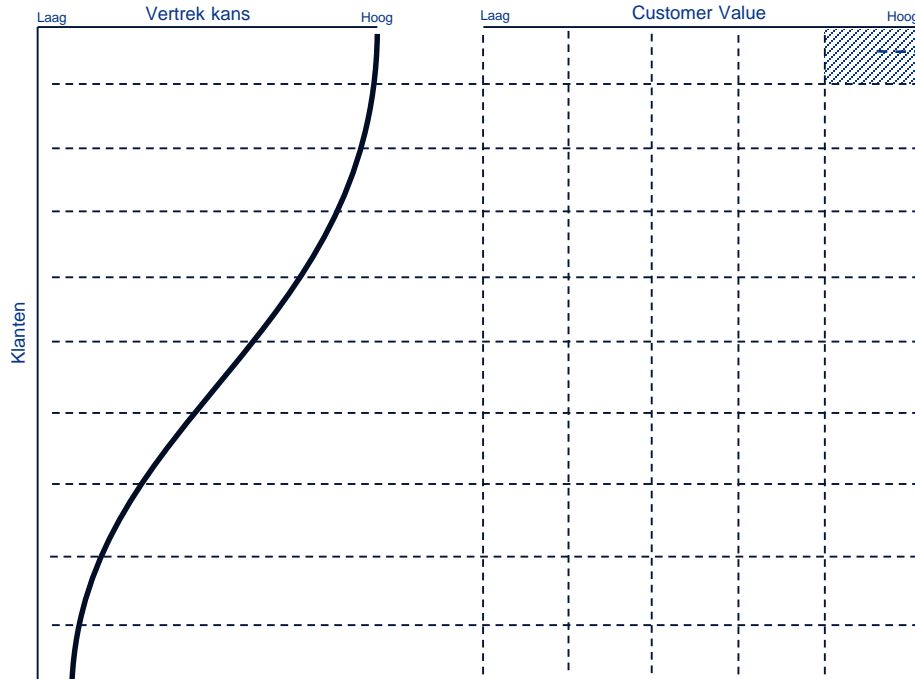


Gedifferentieerde Marketing

Voorbeeld van gedifferentieerde marketing: Overlijdensrisicoverzekering



THE ANALYTICS LAB



9 491 klanten
Gemiddelde omzet € 1.245
29,4% vertrekt

Hebben huizen, maar gebruiken ORV daar niet voor
Boven gemiddeld leeftijd
Afsluiten ORV boven gemiddeld
Boven gemiddeld verzekerd bedrag
Loopt binnen drie jaar af

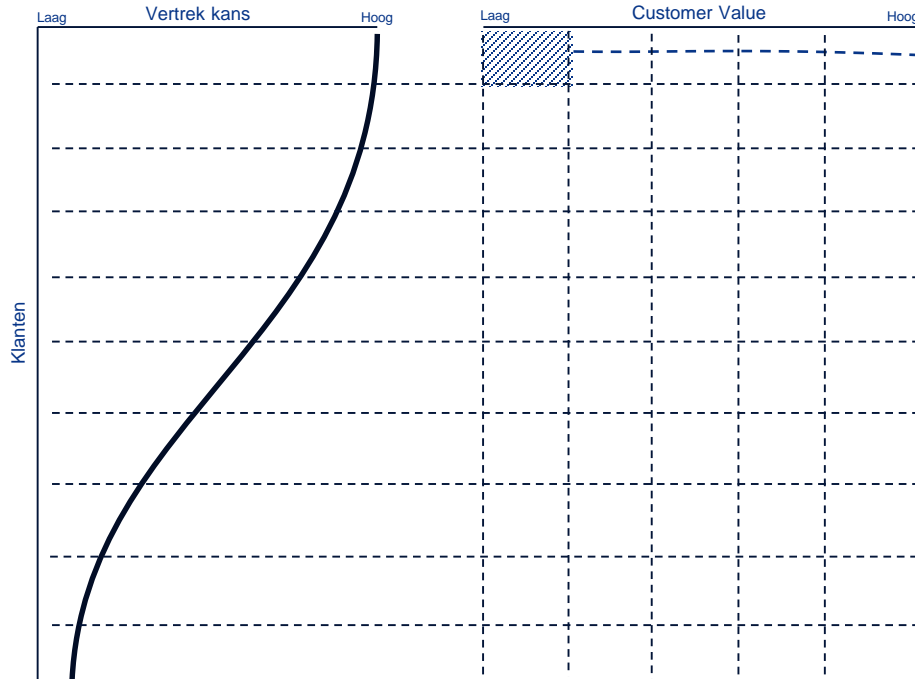


Gedifferentieerde Marketing

Voorbeeld van gedifferentieerde marketing: Overlijdensrisicoverzekering



THE ANALYTICS LAB



6 784 klanten
Gemiddelde omzet € 122
29,7% vertrekt

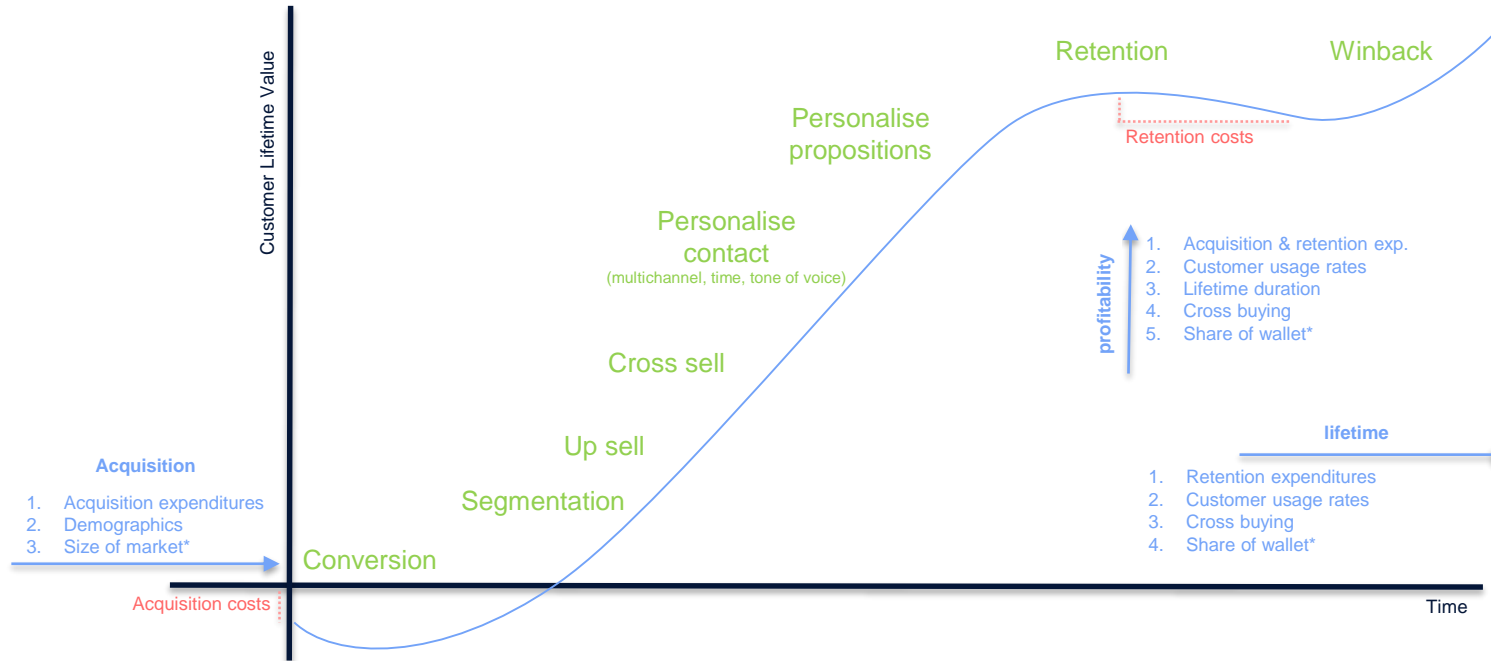
Jonger dan gemiddeld
Jonger dan gemiddeld tijdens afsluiten
Één leven verzekerd
Lager verzekerd bedrag
Wordt gebruikt voor eerste huis

Marketing data analyse in de Customer Lifetime Cycle

Gebruik data analyse om beter klantgedrag te begrijpen en erop te anticperen



THEANALYTICSLAB



Legenda

Theory

Opportunities

Costs

- Thomas, J.S., Blattberg, R.C. and Fox E.J. 2004. "Recapturing Lost Customers". Journal of Marketing Research, 4, 1, 31-45.
- Reinartz, W.J. Thomas, J.S., and Kumar, V. 2005. "Investigating Cross-buying and Customer Loyalty, working paper. Fontainebleau, France

Analytics maturiteits curve



HOE HET WERKT



IDEE



INTAKE



PLAYGROUND



GO KLANT & TAL



COMMERCIEEL
VOORSTEL



Trots op onze opdrachtgevers





Simon Bolhuis

s.bolhuis@cmotions.nl

www.linkedin.com/in/simonbolhuis/



Jeroen Kromme

j.kromme@cmotions.nl

www.linkedin.com/in/jeroen-kromme-b1106230