

Patrocinado por



Apresentado por



United Business Media

Análise Preditiva:

Respondendo a Antiga Pergunta: “O que Devemos Fazer Agora?”

À medida que se esforçam para enfrentar os desafios mais exigentes da atualidade, as organizações se aproximam cada vez mais para uma tomada de decisões acionada por dados, a fim de ajudá-las a desenvolver uma margem competitiva. Empresas com visão de futuro buscam a análise preditiva em tempo real para obter insights sobre o que provavelmente acontecerá em seguida – assim elas podem realizar as ações corretas para gerar resultados excelentes.

Análise preditiva: Respondendo a Antiga Pergunta: "O Que Devemos Fazer Agora?"

À medida que se esforçam para enfrentar os desafios mais exigentes da atualidade, as organizações se aproximam cada vez mais de uma tomada de decisões acionada por dados, a fim de ajudá-las a desenvolver uma margem competitiva. Empresas com visão de futuro buscam a Análise preditiva e em tempo real para obter insights sobre o que provavelmente acontecerá em seguida – assim podem realizar as ações corretas para gerar resultados excelentes.

Índice:

Desafios Atuais

Aproveitando Dados

Aplicando a Análise

Histórias de Sucesso

Tomando Medidas

Patrocinado por



Desafios Atuais

Organizações de todos os tipos e de todos os segmentos de mercado enfrentam as mesmas obrigações: fornecer uma excelente experiência aos clientes, desenvolver serviços customizados e, primordialmente, atingir uma vantagem competitiva. No entanto, satisfazer essas necessidades não é muito fácil.

"Nos últimos 10 anos, o relacionamento entre o cliente e a organização tem sofrido bastante", diz Erick Brethenoux, diretor executivo de programas de estratégia mundial de gerenciamento de decisões e de Análise preditiva da IBM. "É preciso ouvir o que os clientes têm a dizer. É preciso compreender seus problemas, suas atitudes, opiniões e interações de modo bastante complexo e detalhado".

Ao mesmo tempo, as operações das empresas devem ser executadas com eficiência máxima, ao passo que o volátil clima econômico mundial, que aumenta a incidência de fraude e de modelos de negócios em rápida mudança, entra em cena para tornar o negócio mais arriscado que nunca. "As operações das empresas têm de ser muito ágeis e enxutas para fornecer o serviço que os clientes demandam por um custo que a empresa pode suportar", explica Brethenoux, "[e] é fundamental estar preparado, na medida do possível, para reagir às diversas situações, a fim de minimizar os riscos e custos".



Contra este cenário de negócios desafiador, todas as decisões são importantes. Nas empresas maiores, milhões de decisões são tomadas todos os dias, observa Hervé Dhelin, gerente de marketing de Análise preditiva da EMEA, IBM. "Tem sido fundamental que essas decisões sejam sustentadas por informações que forneçam insights críticos ao processo decisório", explica Dhelin.

Para muitas organizações, a complexidade organizacional é uma barreira à aquisição deste tipo de fluxo de informações. Em particular, a simples manipulação da quantidade explosiva de dados que fluem de fontes diferentes se tornou quase esmagadora. Organizar os dados é um desafio amedrontador; a normalização dos dados para que todas as pessoas de uma organização possam utilizá-los é outro desafio. Descobrir como estes dados podem ser utilizados para benefício da empresa é mais um.

Enquanto continuam a lutar contra estes desafios internos e externos substanciais e disseminados, muitas organizações reconheceram que a chave para ultrapassar esses problemas está nos próprios dados. Essas empresas mudaram para uma tomada de decisões acionada por dados, em vez de basear suas decisões importantes em adivinhações. Além disso, as empresas com visão de futuro estão buscando cada vez mais a Análise preditiva e em tempo real para compreender o que provavelmente acontecerá em seguida, a fim de poderem agir para gerar resultados excelentes.

O Caso da Análise preditiva

Embora o seu fluxo de entrada possa ser esmagador, os dados se tornaram um ativo poderoso para as empresas que podem dominar o seu poder. A Análise preditiva oferece às empresas uma maneira de transformar montanhas de dados estruturados e desestruturados em insights acionáveis, permitindo que elas prevejam quais eventos são mais prováveis de acontecer e realizem as ações que as ajudarão a otimizar o resultado.

A análise funciona por meio da aplicação de métodos quantitativos para a obtenção de insights dos dados. Ela prevê o futuro olhando para os dados passados e em tempo real, a fim de determinar o que provavelmente acontecerá; é uma bola de cristal acionada por dados que ajuda os funcionários a tomarem as melhores decisões de negócios.

A Análise preditiva surgiu como uma ferramenta essencial para as organizações que buscam alcançar uma vantagem competitiva. As organizações que a utilizam podem obter uma melhor manipulação das preferências de seus clientes e, portanto, podem oferecer produtos e serviços direcionados; o aproveitamento dos dados existentes ajuda a determinar o comportamento futuro dos clientes, oferecendo à empresa o insight necessário para maximizar o sucesso das vendas cruzadas e adicionais. Além disso, as organizações que utilizam a Análise preditiva também podem reter melhor os clientes existentes e atrair possíveis clientes



por meio da identificação de suas necessidades futuras e de melhoria da experiência geral dos clientes.

Os demais usos incluem:

- **Gerenciamento de riscos acionado por dados.** A análise preditiva permite que as organizações analisem o comportamento passado dos clientes e os classifiquem pelo nível de risco, bem como os resultados negativos, a fim de reduzir os riscos futuros.
- **Manutenção preventiva.** Em alguns segmentos de mercado, a análise pode permitir a manutenção preventiva dos equipamentos. Quando conseguem prever os possíveis pontos de falha dos grandes maquinários, aeronaves ou frotas de veículos, as empresas podem evitar serem pegas de surpresa.
- **Gerenciamento de inventário.** Nas aplicações de varejo, a análise integrada pode prever o que os clientes provavelmente comprarão no futuro e, portanto, as firmas podem assegurar que o inventário corresponda às recomendações de produtos e às iniciativas de marketing.
- **Prevenção contra crimes.** A Análise preditiva pode ajudar os municípios a detectar padrões de crimes e permitir que os departamentos policiais impeçam os crimes antes que eles aconteçam.
- **Assistência médica.** A Análise preditiva pode ajudar a criar melhores resultados aos pacientes.

As empresas de melhor desempenho utilizam a análise com uma frequência cinco vezes maior que as de menor desempenho, de acordo com o estudo recente do IBM Institute for Business Value e da MIT Sloan Management Review intitulado "Analytics: The New Path to Value". Além disso, metade dos participantes da pesquisa disse que melhores informações e a análise eram as principais prioridades de suas organizações.

A análise ativa a TI e ajuda a linha de negócios. A Análise preditiva é uma aliada poderosa da TI, oferecendo os meios para permitir que cada departamento trabalhe de modo inteligente e tenha um melhor desempenho. Quando a TI coloca as capacidades de análise nas mãos dos usuários de negócios, todas as áreas de uma organização tornam-se preventivas.



Aplicação da Análise preditiva

A riqueza dos dados reunidos todos os dias pelas organizações fornece a base para a Análise preditiva e a mineração de dados. Para serem realmente bem-sucedidas, as implementações de Análise preditiva exigem três constituintes: pessoas que trabalham com análise, linha de negócios e TI. A TI desempenha um papel essencial ao aproveitar a análise em toda uma organização, obter os dados, assegurar o poder da computação e simplificar a implementação.

"A TI desempenha um papel absolutamente fundamental ao permitir que um negócio seja conduzido do modo mais eficiente possível", enfatiza Brethenoux, da IBM, "e a Análise preditiva contribui muito para a ativação de eficiência".

Na maior parte do tempo, as organizações continuam a utilizar os sistemas legados para fornecer gerenciamento de decisões. Cada vez que uma organização inclui um sistema de gerenciamento de decisões em seu ecossistema, ela precisa atualizar alguns programas, o que agrega um trabalho substancial para a TI e retarda o processo de modo significativo.

Uma solução efetiva de Análise preditiva permite que todos os funcionários da linha de negócios adaptem o sistema para satisfazer suas necessidades específicas, observa Dhelin. "Cada departamento pode fazer suas próprias alterações, em vez de

depende da TI para ajustar o sistema em virtude das condições do mercado em constante mudança", ele explica. "Isso disponibiliza um tempo considerável aos funcionários de TI".

Como a equipe de TI já sabe, a implementação de uma solução capaz de possibilitar uma previsão quase que em tempo real em um processo de negócios pode ser um pesadelo. No entanto, esta tarefa pode ser realizada com rapidez por uma solução sólida de Análise preditiva.

Embora a implementação da Análise preditiva exija um gasto inicial, na maioria dos casos o retorno é obtido em menos de um ano.

De fato, de acordo com uma avaliação independente realizada pela Nucleus Research, 94% dos clientes de Análise preditiva da IBM obtiveram um retorno sobre investimento (ROI) positivo, com um período médio de retorno impressionante de apenas 10,7 meses. O relatório atribui estes retornos aos custos reduzidos, à produtividade acelerada e ao aumento da satisfação dos clientes e funcionários.

A implementação de uma solução de Análise preditiva não precisa ser árdua ou complicada. O portfólio do IBM SPSS de softwares de análise avançada e de prevenção, por exemplo, é baseado em padrões abertos, o que assegura que ele possa trabalhar com qualquer sistema operacional já implementado em uma organização. A implementação é completamente livre e não exige qualificações especiais ou investimentos adicionais, permitindo que as organizações maximizem seus investimentos anteriores em TI.



“Não queremos interromper os sistemas já implementados”, diz Brethenoux. “A Análise preditiva simplesmente aumenta o ambiente de TI, adicionando valor aos investimentos feitos pelas organizações há anos”.

Muitas organizações que participaram do estudo da Nucleus Research começaram com alguns lugares e se expandiram à medida que os conhecimentos e as utilizações da solução cresceram. Em outras palavras, quando uma organização implementa a Análise preditiva em pequena escala, os demais departamentos e linhas de negócios começam a exigir a solução, já que sabem do que ela é capaz.

Histórias de Sucesso

Gerando uma Inteligência de Negócios Precisa e Acionável

Organizações de todos os tipos estão implementando a Análise preditiva a fim de melhorar a experiência dos clientes, aumentar suas receitas, otimizar as operações e detectar as fraudes de modo proativo.

O First Tennessee Bank, com sede em Memphis, nos Estados Unidos, havia gastado milhares de dólares anuais em suas campanhas de marketing direto centralizadas em seus produtos. O banco suspeitou que estivesse desperdiçando dinheiro em campanhas de marketing ineficientes.

Portanto, optou por realizar uma transição para um modelo de marketing centralizado nos clientes, que utilizava o conhecimento sobre eles e seus comportamentos. Este modelo permitiu que o banco utilizasse a riqueza dos dados que sua equipe de marketing direto já estava coletando, adicionando a metodologia de mineração de dados à sua estratégia de marketing direto.

Assim, o banco adquiriu o IMS SPSS Statistics e o IBM SPSS Modeler, softwares de mineração de dados que permitem que as organizações criem e apliquem modelos preventivos que geram insights precisos e acionáveis. A capacidade de modelagem de previsão do software permite que o banco estimule a demanda ao focar especificamente em clientes com maior probabilidade de comprar produtos novos.



"A Análise preditiva do IBM SPSS está permitindo que o First Tennessee obtenha um nível de insight sem precedentes a partir de seus próprios dados, tornando suas campanhas de marketing mais eficientes e rentáveis", diz Tanner Mueller, gerente de banco de dados de marketing direto do First Tennessee Bank.

As soluções de Análise preditiva do IBM SPSS possibilitaram ao banco realmente compreender seus clientes e otimizar as conversas de maneiras que sejam relevantes aos clientes e rentáveis ao banco. Por meio de um melhor direcionamento dos clientes, a equipe de marketing do banco conseguiu reduzir a quantidade de malas diretas distribuídas pelo banco, ao mesmo tempo em que aumentou a frequência destas distribuições. Ele também estendeu o ciclo de planejamento das campanhas e estabeleceu uma política de direcionamento mensal de todos os produtos.

O IBM SPSS Modeler ajudou o banco a reduzir seus custos de mala direta em 20%, ao mesmo tempo em que aumentou a taxa de resposta dos clientes em 3,1%. "Quando você se centraliza nos clientes, consegue escolher o canal certo"; diz Mueller. "É possível dar passos adiante, já que é possível fazer ajustes utilizando a modelagem e alterar suas estratégias de marketing quando necessário". (Veja "[Banking on Knowledge](#)" para mais informações.)

A Mineração de Dados Ajuda a Otimizar a Qualidade dos Veículos

A fabricante de veículos de luxo BMW Group se esforça para atrair os clientes com seus designs inovadores e construção de qualidade. Este objetivo exige que a firma avalie continuamente os seus produtos e serviços ao mesmo tempo em que considera as opiniões dos clientes.

A BMW precisava gerenciar e analisar de modo eficiente as grandes quantidades de dados provenientes de fontes como memórias de erros de veículos, feedback dos revendedores e relatórios de consertos, a fim de obter dados significativos para alimentar o processo de melhorias.

A firma optou pelo software de mineração de dados e de texto do IBM SPSS para desenvolver uma solução de fácil utilização e que pudesse analisar os dados de modo rápido e eficiente e combinar os resultados. Desse modo, esses resultados ficam disponíveis a um grande círculo de usuários. A solução pode manipular milhares de consultas em um breve período de tempo, permitindo que análises específicas sejam executadas em grandes volumes de dados. O reconhecimento de padrões e os processos estatísticos e matemáticos identificam as novas correlações e tendências.

A BMW executa muitas análises diferentes na plataforma, incluindo análises de dados repetidos – informações sobre os tipos de consertos que levam os clientes com mais frequência ao departamento de serviços. Essas análises fornecem novos insights à fabricante de automóveis, que podem ajudar seus processos de pesquisa e produção. A firma também pode utilizar os processos de mineração de dados para analisar os dados de consumo de combustível.

"Em geral, tudo está relacionado com tornar os diversos processos transparentes", diz Michael Unger, gerente das principais contas de Análise preditiva da IBM na Alemanha. "Assim, o sucesso pode ser medido sempre que os dados são gerados. O objetivo de longo prazo é, obviamente,

melhorar o desempenho da BMW em todas as áreas e, portanto, consolidar o seu sucesso". (Veja "[BMW Group Uses IBM SPSS to Consolidate Its Competitive Position](#)" para mais detalhes).

Identificando Sinistros Fraudulentos

Com a incidência do aumento das fraudes de sinistros, as seguradoras passaram a depender bastante de sua capacidade de identificar sinistros fraudulentos para permanecerem rentáveis.

A Infinity Property & Casualty Corporation, provedora de seguro automotivo pessoal não padrão, queria melhorar sua capacidade de identificar sinistros fraudulentos para utilizar melhor sua equipe investigativa e pagar os sinistros legítimos com mais rapidez. A firma também visava reduzir seus altos custos mensais de sub-rogação terceirizada.

A Infinity P&C obteve benefícios imediatos quando implementou as soluções de Análise preditiva da IBM SPSS. Por meio do IBM SPSS Modeler, os Serviços de Colaboração e Implementação e o Gerenciamento de Decisões, a seguradora obteve redução nos pagamentos de sinistros e melhorias no atendimento ao cliente. As soluções de Análise preditiva da IBM SPSS dobraram a precisão da identificação de fraudes da seguradora, o que contribuiu para um retorno sobre os investimentos de 403%. Além disso, o tempo de referência para envio de sinistros à Unidade Especial Investigativa da Infinity caiu de 45 a 60 dias para um período de um a três dias

Bill Dibble, vice-presidente sênior de Operações de Sinistros da Infinity P&C, acrescenta que a utilização da Análise preditiva para atender aos reclamantes legítimos da seguradora teve igual importância. "Um benefício essencial do sistema do IBM SPSS é sua capacidade de analisar e pontuar continuamente esses sinistros, o que ajuda a assegurar que o sinistro seja levado ao vistoriador certo no momento certo", ele diz. (Veja "[Smarter Insurance](#)" para mais informações).



Tomando Medidas

Organizações de todos os tipos e tamanhos têm a oportunidade de utilizar a Análise preditiva para possibilitar que os funcionários tomem decisões com base nos insights acionáveis sobre os prováveis acontecimentos futuros.

A primeira etapa ao escolher uma solução de Análise preditiva é fazer as perguntas certas, segundo Brethenoux, da IBM. "Primeiro, as organizações devem identificar o problema que estão tentando resolver", ele diz. "Depois, precisam obter patrocínio de nível executivo".

As organizações também devem assegurar que uma nova solução de Análise preditiva:

- **Seja fácil de utilizar.** Todos os funcionários deveriam aproveitar a Análise preditiva em toda a empresa, permitindo que os comerciantes e outros tenham acesso às informações e criem modelos preventivos sem suporte adicional de TI.
- **Esteja integrada de modo estável e contínuo ao seu sistema de informações existente.** O impacto da implementação deve ser o mínimo possível, diz Dhelin. "E a integração deve ser o mais transparente possível".

- **Incorpore uma interface com o usuário intuitiva.** Os usuários não devem precisar aprender um novo idioma.
- **Ofereça uma plataforma completa.**
- **Integre-se facilmente com outros aplicativos.**

O software IBM Business Analytics oferece insights acionáveis necessários para que os tomadores de decisões alcancem um melhor desempenho de negócios. A IBM oferece um portfólio abrangente e unificado de inteligência de negócios, análise avançada e de prevenção, gerenciamento de estratégia e desempenho financeiros, governança, risco e conformidade e aplicativos de análise.

Com o software da IBM, as empresas podem identificar tendências, padrões e irregularidades, comparar cenários hipotéticos, prever possíveis ameaças e oportunidades, identificar e gerenciar os principais riscos e planos de negócios e realizar o orçamento e a previsão de recursos. Com essas capacidades completas de análise, nossos clientes em todo o mundo podem compreender, antecipar e configurar melhor os resultados de negócios.

Para mais informações ou para entrar em contato com um representante, visite ibm.com/analytics.



Recursos

[IBM Business Analytics](#)

[Banking on Knowledge](#)

[BMW Group Uses IBM SPSS to Consolidate Its Competitive Position](#)

[Smarter Insurance](#)

Patrocinado Por



United Business Media

Copyright 2011 United Business Media LLC
TODOS OS DIREITOS RESERVADOS
Nenhuma reprodução será feita sem permissão



Produzido por
Minnick Web Services, LLC

