

# IBM BA SOLUTION FOR BANKING

## IBM银行业BA解决方案



### 行业需求概述

自20世纪90年代末起，随着科技的飞速发展，企业信息化得以大面积的普及和加深，各行各业普遍发生了翻天覆地的变化。信息技术在企业中的广泛应用为企业带来了巨大的利润和收益，显著地提高了企业的效率，但与此同时，信息技术的使用也给企业带来了新的挑战，企业拥有的信息数据量因信息化的普及而剧增，面对海量的企业数据信息，企业决策层需要利用这些数据知道：1) 如何发掘潜在客户？2) 如何识别银行网点绩效？3) 如果构建企业级报表系统，进行有效的宏观管控和细节执行？4) 如何有效地对现有客户进行提升销售和交叉销售？5) 如何提升客户价值，保持客户忠诚度，避免高端客户的流失？

### 解决方案概述

#### ● 客户洞察

IBM通用行业分析型客户关系管理解决方案是一个一体化的商业分析解决方案平台，提供了BI (Business Intelligence商业智能) 和数据挖掘的各种技术，帮助企业对数据内容进行深入的数据挖掘和分析工作，找出数据间的内在联系，发现问题，建立客户洞察系统，对客户进行科学地分析和管理。

该解决方案包括两大产品: Cognos和SPSS。

Cognos 10在一个产品中，一种Web构架上，基于企业所有数据源，面向所有用户提供完整的信息处理与展现功能，包括了即席分析功能、查询功能、报表功能、仪表盘功能、事件管理功能以及BI管理等各种BI功能。

SPSS提供了高级统计分析和数据挖掘的功能，用户可以使用SPSS软件对数据进行深入分析，从而获得预测性的“智能”。

#### ● 银行战略绩效管理:

通过预定义了数据、流程和策略模式，其主要模块包含“成本模型”、“预定义成本动因”、“业务交易成本计算”、“退款模型和发票”、“基于作业的成本计算数据模型”、“数据提取和转换”和“用户可配置的报告”等。解决方案支持特定的功能，包括仪表盘界面和基于Web的规划流程。此方案旨在帮助银行和金融服务机构提高“规划、预算和预测”及“报告和分析”的能力。该解决方案主要依据业务分析软件TM1软件作为核心组件。

#### ● 企业级报表管控:

IBM Cognos10在已有的全面BI功能平台——Cognos8基础之上，将BI的应用提高到一个新的层级。汇聚多种技术的Cognos 10，提供革命性的全新用户体验和展示效果，通过提供全新的分析技术、协作、实时分析、数据挖掘、mobile等功能扩展了传统的商业智能(BI)的应用范围和能力。Cognos 10将是IBM BA体系的坚实平台，是BA各种技术的联系纽带。它让数据分析技术与企业决策和业务活动之间真正结合在一起。

### 解决方案价值主张

#### ● 客户洞察:

- \* 业务人员的行业经验同数据挖掘平台工具的结合使得细分结果更有效。提供极大灵活性，快速建立市场细分模型，确保企业及时地了解用户行为的变化情况。为企业的策略制定提供数据支持，为企业决策人员提供支持和帮助。
- \* 更加准确的找到目标用户；进行精准营销，确保快速的对市场变化做出反应。减少了企业的营销成本；减少营销人员的工作量，为市场营销人员提供决策支持和帮助。
- \* 根据已成功实施本方案的用户实施效果统计：
  - » 94%的客户实施预测分析项目得到了正的ROI，平均仅用10.7个月就可以收回投入；
  - » 超过90%的客户通过预测技术提高了“生产力”；
  - » 81%的项目按时发布；
  - » 75%的项目小于等于预算，(75%的项目在预算内)。



● 银行战略绩效管理:

- \* 成本信息更详细、实用性更强，并衡量实际的服务消费，区分所提供服务的等级；
- \* 业务单元能够影响成本费用；
- \* 成本被分割，以提供所需的可视性；
- \* 业务单元计划和预测收费的能力得到增强；
- \* 以事实为行动依据，减少决策时间跨度；
- \* 业务单元和管理有单一的绩效视图。

● 企业级报表管控:

解决方案是面向企业需求的端对端的解决方案，IBM Cognos是第一个也是唯一能够在单一的、久经验证的体系结构上提供所有BI功能的BI产品。IBM Cognos在单一的产品和单一体系结构上提供了最广泛的BI功能，无论是即席查询、企业级报表、多维分析，还是仪表盘、积分卡，甚至是数据挖掘能力都是通过单一平台提供给最终用户。IBM Cognos提供唯一完备、整合的开放标准平台，将数据转换成便于理解的商业智能知识，并最佳地利用SOA来增加其灵活性，可以满足IT和重要的业务相关者的各种要求，显然是实现部门或企业BI标准化的唯一选择。基于这些原因以及很多其它的创新，我们坚信IBM Cognos是实现企业BI标准化的唯一选择。

| 银行               | 保险                |
|------------------|-------------------|
| 中国建设银行           | 中国人民保险公司总公司及各分公司  |
| 中国人民银行总行及全国各分支机构 | 中国平安保险总公司及各分公司    |
| 中国工商银行总行及全国各分行   | 中国太平洋保险公司总公司及各分公司 |
| 中国农业银行总行及全国各分行   | 泰康人寿保险公司          |
| 招商银行总行及分行        | 中意人寿保险公司          |
| 广东发展银行及下属分支机构    | 太平人寿保险公司          |
| 福建兴业银行总行及各分行     | 中国大地财产保险公司        |
| 中国交通银行           |                   |
| 上海银行             |                   |
| 西安商业银行           |                   |

**IBM软件产品**

- 客户洞察: IBM Cognos, IBM SPSS
- 银行战略绩效管理: IBM Cognos, IBM TM1
- 企业级报表管控: IBM Cognos 10

### 典型的客户场景

|  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• 我的客户是谁？</li><li>• 他们是我所需要的客户吗？</li><li>• 我的客户会购买什么东西？</li></ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• 怎样获得我所需要的客户？</li><li>• 客户当前最看重的产品和服务是那些？</li><li>• 怎样使这些客户更多的使用我的产品？</li></ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• 他们下一步可能需求是什么？</li><li>• 如何识别客户需求进行我们的产品和服务的创新？</li></ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• 怎样使客户购买不同类型的产品，进行交叉销售？</li><li>• 怎样让客户采用适当的销售渠道(如，基于价值的)？</li><li>• 针对市场营销、销售和服务最佳的水平是多少？</li><li>• 面对优质客户的市场策略是否达到了预期的目标？</li></ul> |

- 怎样留住我们的高价值客户？
- 获得新客户和留住老客户之间的平衡点是什么？
- 市场占有率和利润率之间的平衡点是什么？
- 挖掘客户生命周期价值。

如何发掘潜在客户？

客户需要的是什麼？

如何有效地销售？

如何提升客户价值，保持客户忠诚度？



### 成功案例

美国某大金融机构

#### 客户洞察

##### 客户背景

作为全球一家顶级投资银行，美国某大金融机构经营着机构证券、全球财富管理集团和资产管理，在世界享有盛誉。

##### 客户需求

受益于IBM对SPSS的收购，可以迅速跟踪12个月的销售周期。该机构希望消除访问一致的数据的复杂性，提供一个预测分析环境更高效地利用数据来开发和部署模型，以确定正确的目标客户兴趣。具体来讲，该公司需要改进和自动化决策制定，实现研究产品和服务的有针对性的交付，提高对客户需要和行为的响应速度，提高向客户传递的研究材料的针对性。该机构的项目由Equity Research的COO推动，它发起的目的是在市场上实现该公司的差异化优势。管理人员相信分析领域的竞争将使该公司通过研究获得更多收入，而不是仅为该公司带来成本。

#### 客户收益

- 客户流失率降低、LTV(长期价值)模型，通过添加、删除和保留建议来优化优先联系的人；
- 预测客户兴趣，在收到互动期间为销售人员提供建议；
- 通过客户互动改进产品开发；
- 预测特许经营店的收益率和成功的特许经营店的高价值属性；
- 识别最佳的客户接触点，使资源有限的营销活动得到充分利用。

#### IBM方案优势

IBM SPSS和Cognos为分析流程所需要的所有方面提供了一个市场领先、完全端到端的解决方案，以满足建模和部署需求以及实时需要。

此解决方案可用于：开发一个模型开发及部署环境，实现当前和未来的模型整合能力。

开发一个整合模型来与其他该机构前台和后台功能的支持工具相整合，基于通过实时、主动确定目标客户的需要和行为而获得用户评分和交互情况，分配任务和活动。



© 版权所有 IBM Corporation 2013

IBM、IBM徽标、ibm.com是国际商业机器公司在美国和/或其他国家或地区的商标或注册商标。如果上述和其他IBM商标在本文中初次出现时带有商标符号(®或™)，则表示在此信息发布时，这些商标是IBM拥有的、在美国的注册商标或普通法商标。此类商标在其他国家/地区也可能是注册商标或普通法规定的商标。可在网络上获取IBM商标的最新列表，请查看[ibm.com/legal/copytrade.shtml](http://ibm.com/legal/copytrade.shtml)的“Copyright and trademark information”部分。未经IBM公司书面许可，不得以任何方式复制或传播本文档的任何部分。

到发布之日止，产品数据都进行了准确性审核。产品数据可能随时更改，恕不通知。关于IBM未来方向或打算的声明仅代表IBM的发展目标，如有变更，恕不另行通知。IBM“按原样”提供本出版物，不进行任何明示或暗示的保证，包括推销期间或出于某种目的而做出的任何暗示的保证。一些法律法规不允许在不预先通知的情况下在某些交易中表达或暗示质量免责声明。

本文中针对IBM和非IBM产品及服务的性能数据是在特定的操作和环境条件下得出的。由任何该产品或服务的执行方获得的实际成果取决于大量特定于该方操作环境的因素并可能有很大差异。IBM不保证此类产品或服务的任何实现能够获得或包含此类成果。本文档中包含的有关第三方的任何材料基于从该方获得的信息，并没有独立验证信息的精确性。本文档不等于来自IBM对任何第三方产品或服务的明示或暗示的建议或认可。

客户应自行保证遵守法律法规要求。获取有能力的法律顾问关于确定和解释任何可能影响客户的业务的相关法律和法规要求，以及读者为遵守法律可能必须采取的任何措施的建议是客户自己的责任。IBM不提供法律建议，也不表示或保证其服务或产品将确保客户遵从任何法律或规定。