



# Campagne Management Anno Nu

Barry de Groot &  
Oscar Ritsma

SAS Forum 3 oktober 2012

→ € 20,- bij Jongerengroei-rekening  
→ Is uw pensioen goed geregeld?



Nu ook met uw BlackBerry: Mobiel Bankieren  
Met Mobiel Bankieren kunt u uw saldo en bij- en afschrijvingen  
bekijken, maar ook geld overmaken.



**Oscar Ritsma** is een breed georiënteerde CRM project manager en consultant die opereert op het snijvlak van business en IT. Hij was in dienst bij Fugro, Capgemini en BearingPoint en was vanuit die context verantwoordelijk voor projecten bij o.a. Shell, Philips, Asics, Nationale Nederlanden, NUON, ING en ABN AMRO. Tegenwoordig opereert hij op zelfstandige basis.

Zijn specialisatie is het implementeren van multi-channel marketing, campagne management, real-time Decisioning, Marketing Operations Management.



**Barry de Groot** is een gedreven marketing professional die een lange staat van dienst heeft bij ABN Amro en rechtsvoorgangers. Opgeklommen naar een leidinggevende positie als Hoofd Database Marketing. Met een sterke drive om het goede voor de klant te doen en daarbij wat goed is voor de organisatie. Lange termijn en duurzame relaties zijn daarbij keywords. Met een bedrijfseconomische achtergrond, aangevuld met de benodigde IT en marketing kennis maakt het dat Barry op het snijvlak van IT en Business kan acteren en daarbij de focus op de klantrelatie vasthoudt.

# Drie modules, zes vragen

Wie is bezig met een **CI-Studio** implementatie?

Wie heeft **CI-Studio** draaien?

Wie is bezig met een **Optimization** implementatie?

Wie heeft **Optimization** draaien?

Wie is bezig met een **Marketing Operations Management** implementatie?

Wie heeft **Marketing Operations Management** draaien?

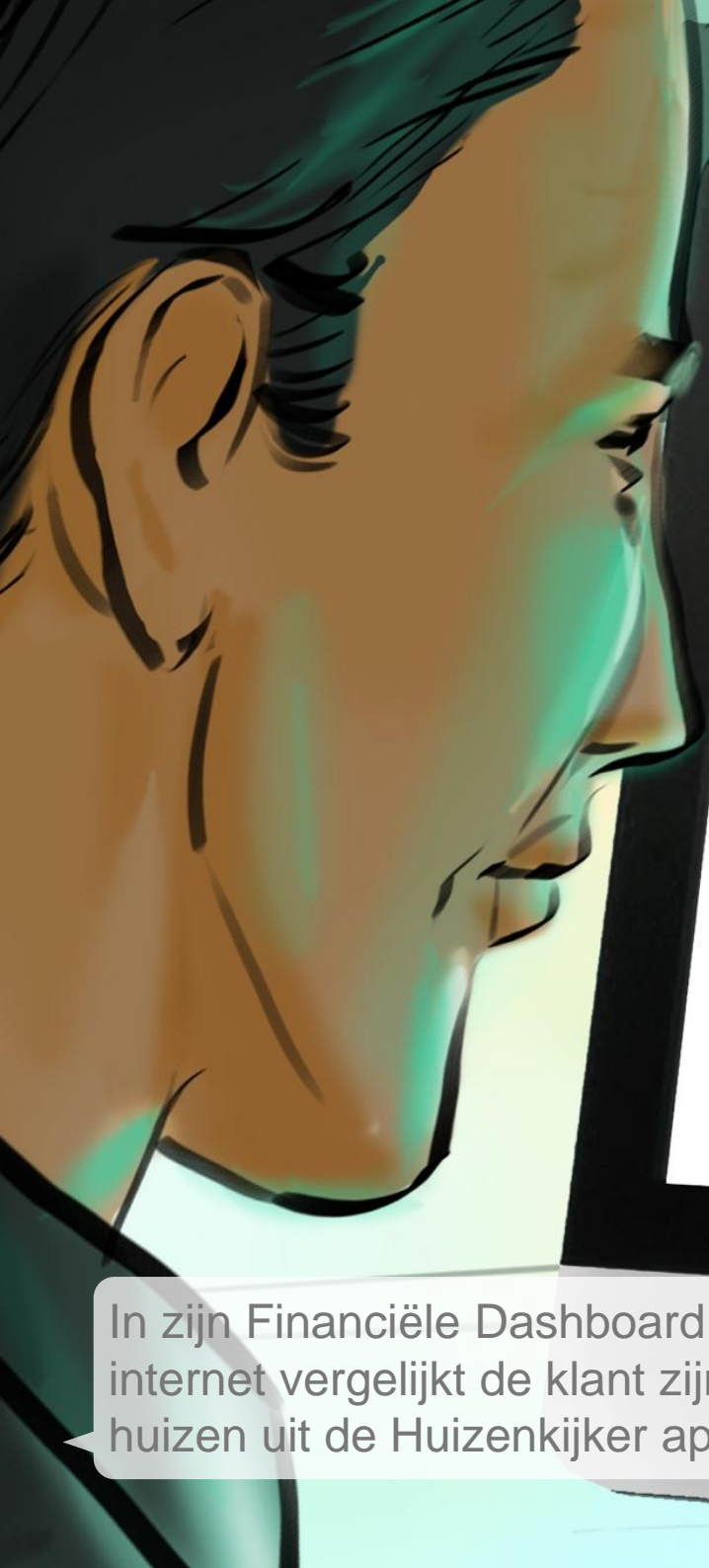
# Agenda voor vandaag

1. Vloeiende kanaalbeweging?
2. Wat wil de klant en de bank?
3. Welke veranderingen zijn daarvoor nodig?
4. Hoe ziet de huidige situatie er uit?
5. Waar willen we naar toe?
6. Hoe doen we dat?



Met de gegevens uit Funda in de Huizenkijker app bezoekt de klant potentiële woningen.





**ABN-AMRO** Privé Zakelijk Private banking

Home Betalen Sparen Inkomen voor later Beleggen Lenen Hypotheken Verzekeren Contact

Joep Rozenhart Log uit

Rekeningen Actielijst Tools Inbox Beheer

### Financieel Dashboard

**funda**  
€ 599.000

| 1      | 2      | 3      |
|--------|--------|--------|
| [Text] | [Text] | [Text] |

Chat Afspraak Bellen

Actueel  
→ € 20,- bij Jongerengroeirekening  
→ Is uw pensioen goed geregeld?

Nu ook met uw BlackBerry: Mobiel Bankieren  
Met Mobiel Bankieren kunt u uw saldo en bij- en afschrijvingen bekijken, maar ook geld overmaken.

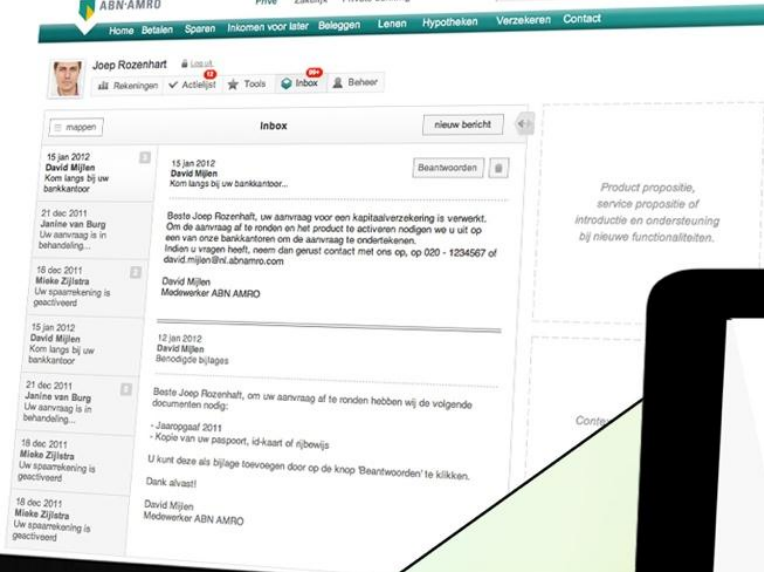
In zijn Financiële Dashboard op internet vergelijkt de klant zijn top 3 huizen uit de Huizenkijker app.





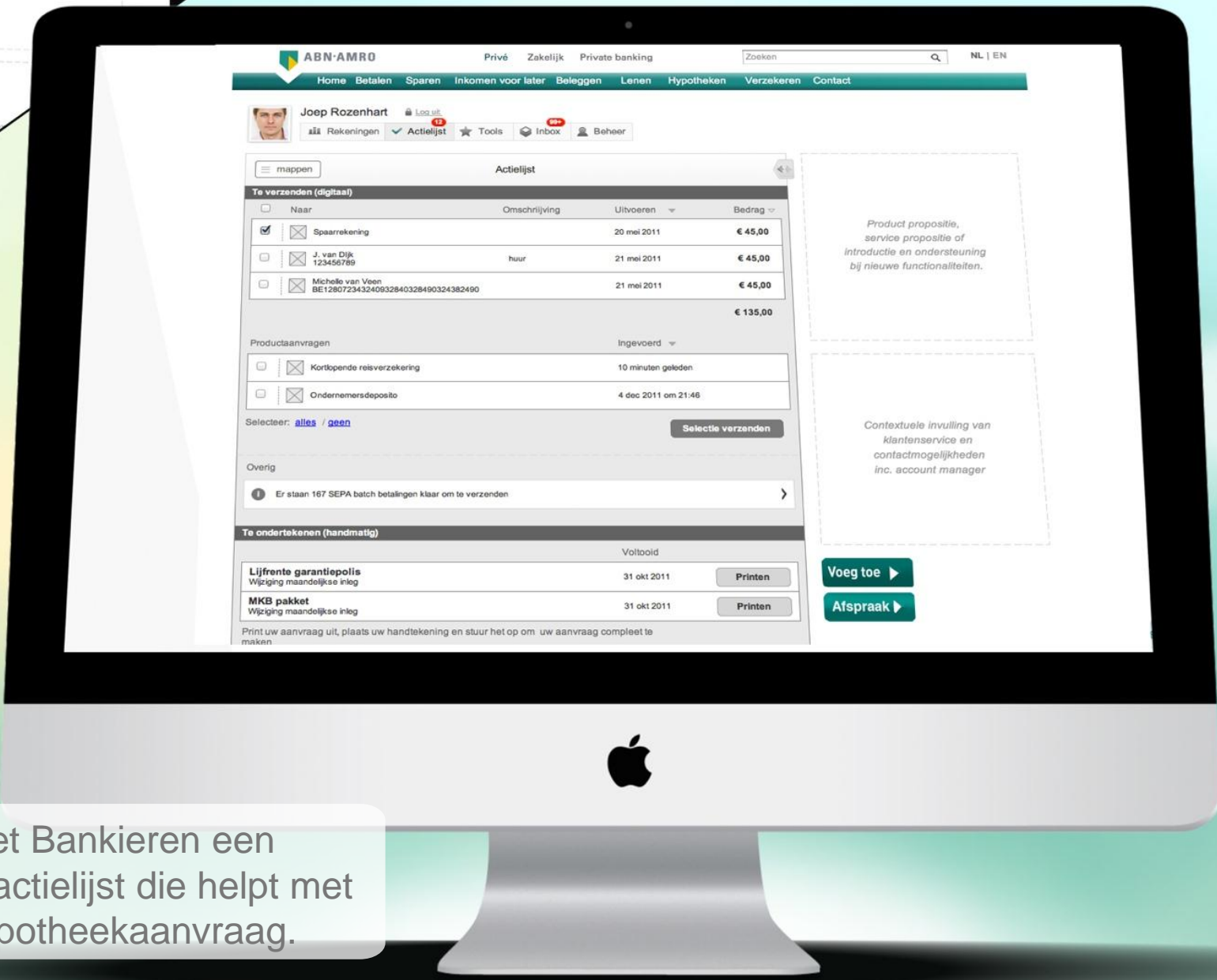
De klant belt met het Advies & Service Center voor persoonlijk hypotheekadvies. De medewerker heeft inzicht in de gegevens van de klant.





Product propositie, service propositie of introductie en ondersteuning bij nieuwe functionaliteiten.

Context



De klant ziet in Internet Bankieren een automatisch gevulde actielijst die helpt met de stappen van de hypotheekaanvraag.



's avonds bij de klant thuis



De hypotheekadviseur brengt aan huis een hypotheekadvies uit. Tevens stelt hij de offerte op.



Joep Rozenhart

Log uit

Rekeningen Actielijst Tools Inbox Beheer

**Inbox** nieuw bericht

|   |  |
|---|--|
| 15 jan 2012<br><b>David Mijlen</b><br>Kom langs bij uw bankkantoor        | 15 jan 2012<br><b>David Mijlen</b><br>Kom langs bij uw bankkantoor...  |
| 21 dec 2011<br><b>Janine van Burg</b><br>Uw aanvraag is in behandeling... | Beste Joep Rozenhaft, uw aanvraag voor een kapitaalverzekering is verwerkt. Om de aanvraag af te ronden en het product te activeren nodigen we u uit op een van onze bankkantoren om de aanvraag te ondertekenen. Indien u vragen heeft, neem dan gerust contact met ons op, op 020 - 1234567 of david.mijlen@nl.abnamro.com |
| 18 dec 2011<br><b>Mieke Zijlstra</b><br>Uw spaarrekening is geactiveerd   | <b>David Mijlen</b><br>Medewerker ABN AMRO   |
| 15 jan 2012<br><b>David Mijlen</b><br>Kom langs bij uw bankkantoor        | 12 jan 2012<br><b>David Mijlen</b><br>Benodigde bijlages   |
| 21 dec 2011<br><b>Janine van Burg</b><br>Uw aanvraag is in behandeling... | Beste Joep Rozenhaft, om uw aanvraag af te ronden hebben wij de volgende documenten nodig:<br>- Jaaropgaaf 2011<br>- Kopie van uw paspoort, id-kaart of rijbewijs<br>U kunt deze als bijlage toevoegen door op de knop 'Beantwoorden' te klikken.<br>Dank alvast!  |
| 18 dec 2011<br><b>Mieke Zijlstra</b><br>Uw spaarrekening is geactiveerd   | <b>David Mijlen</b><br>Medewerker ABN AMRO   |
| 18 dec 2011<br><b>Mieke Zijlstra</b><br>Uw spaarrekening is geactiveerd   | <b>David Mijlen</b><br>Medewerker ABN AMRO   |

*Product propositie,  
service propositie of  
introdactie en ondersteuning  
bij nieuwe functionaliteiten.*

*Contextuele invulling van  
klantenservice en  
contactmogelijkheden  
inc. account manager*

**Direct afsluiten** ▶

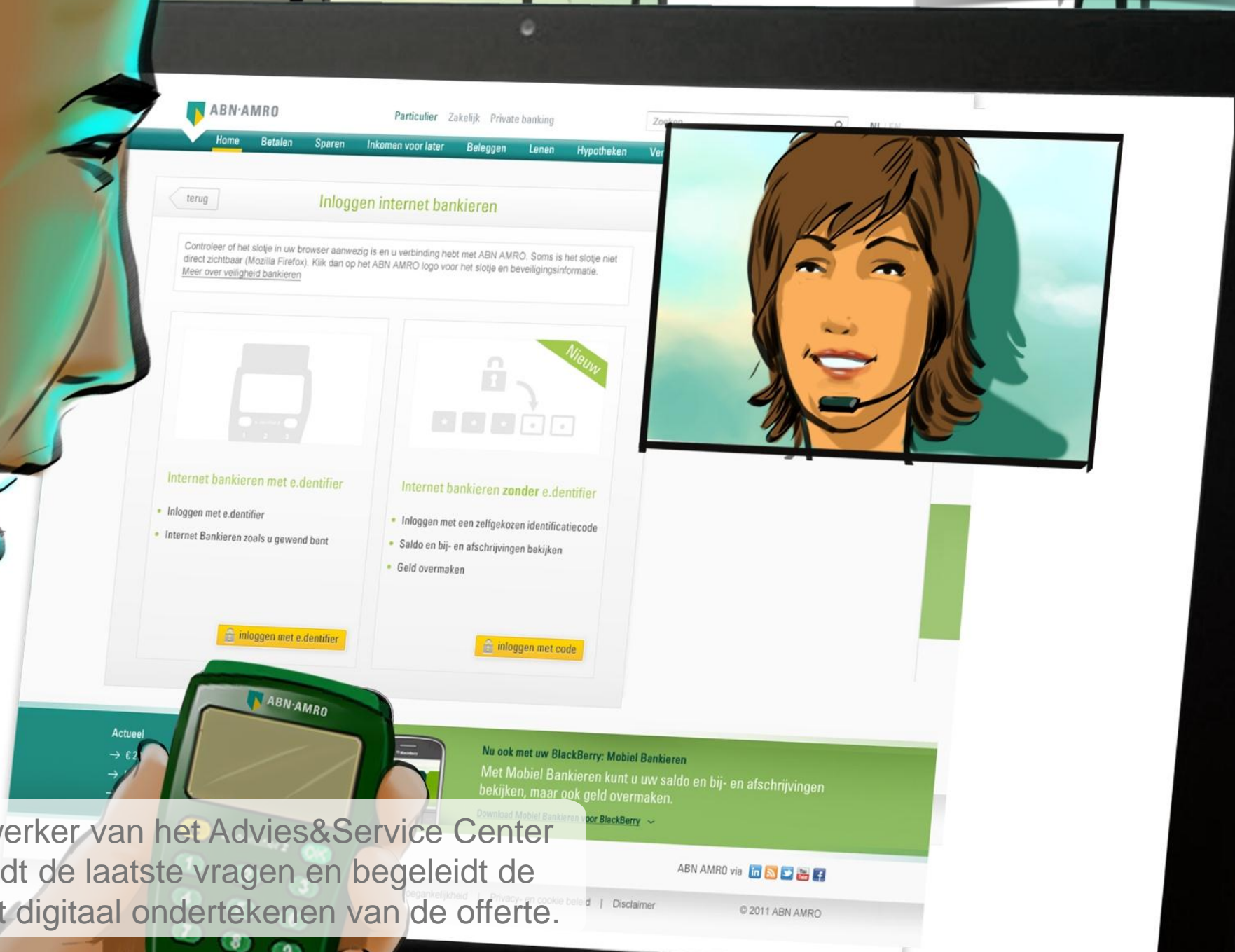
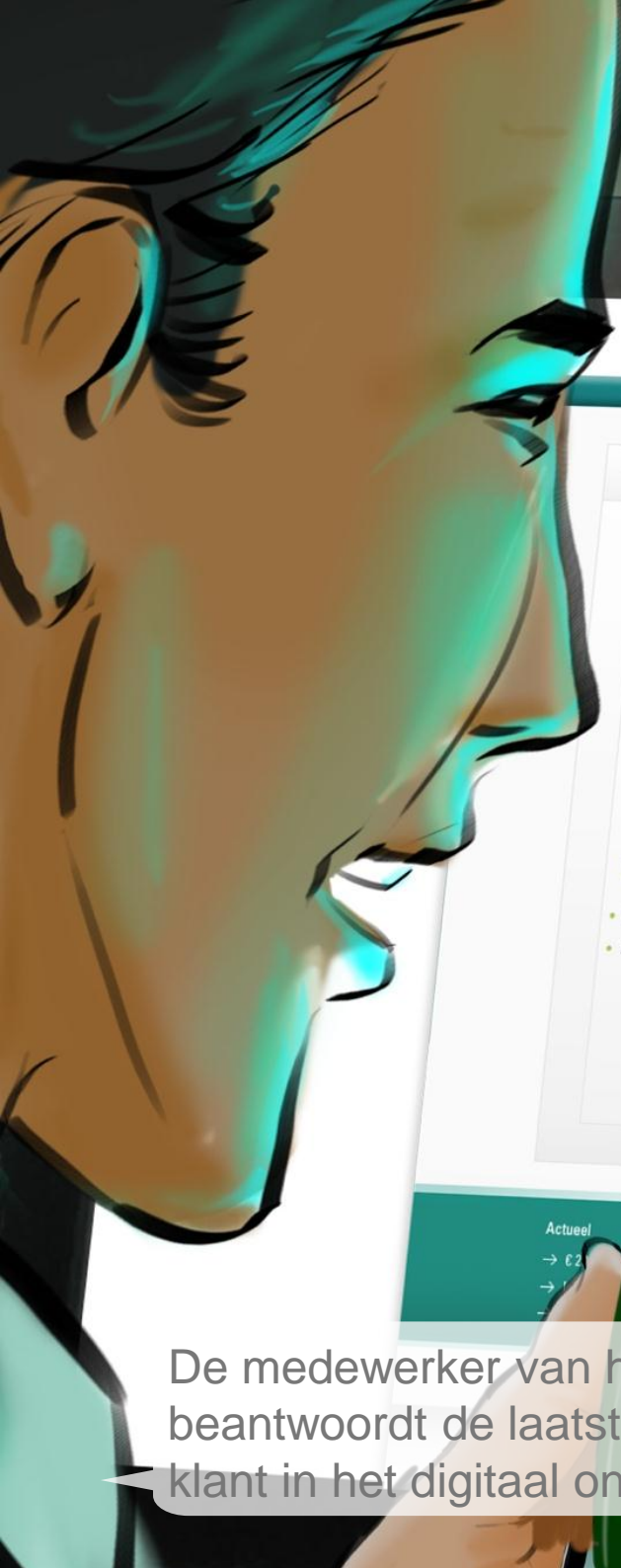
**Video Chat** ▶

Naar aanleiding van het gesprek ontvangt de klant de hypotheekofferte per Bankmail.





's avonds bij de klant thuis



De medewerker van het Advies&Service Center beantwoordt de laatste vragen en begeleidt de klant in het digitaal ondertekenen van de offerte.

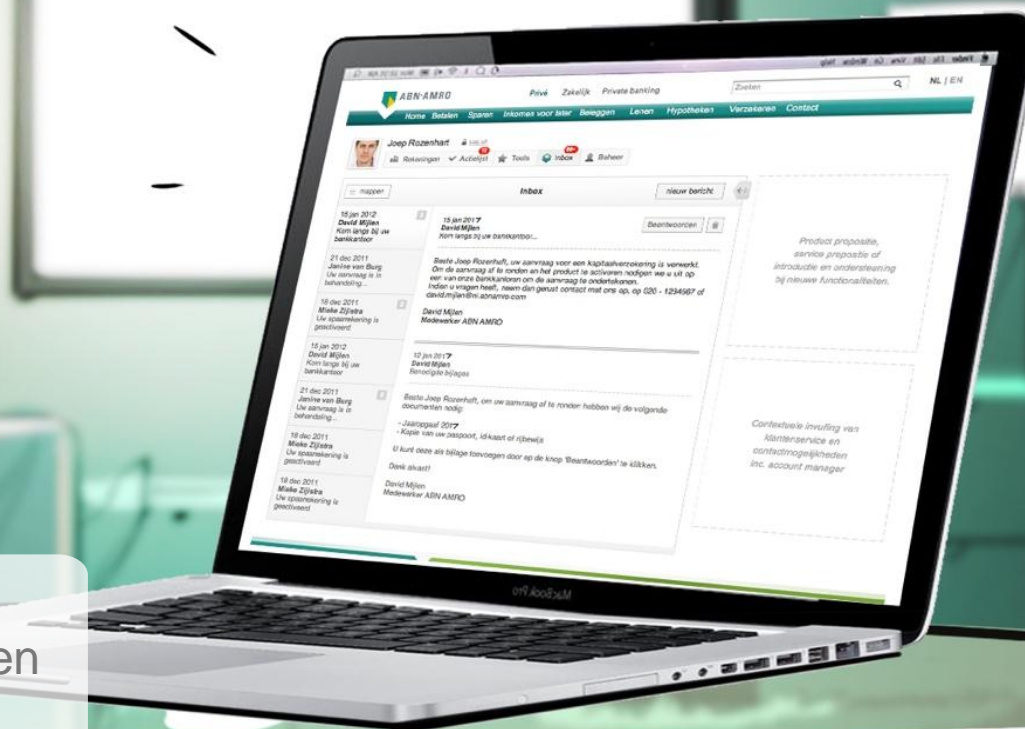




**Welkom in uw  
nieuwe huis en  
geniet van uw  
woonvoordeel!**

Via de mobiel bankieren app  
ontvangt de klant een  
wooncheque op het nieuwe adres.

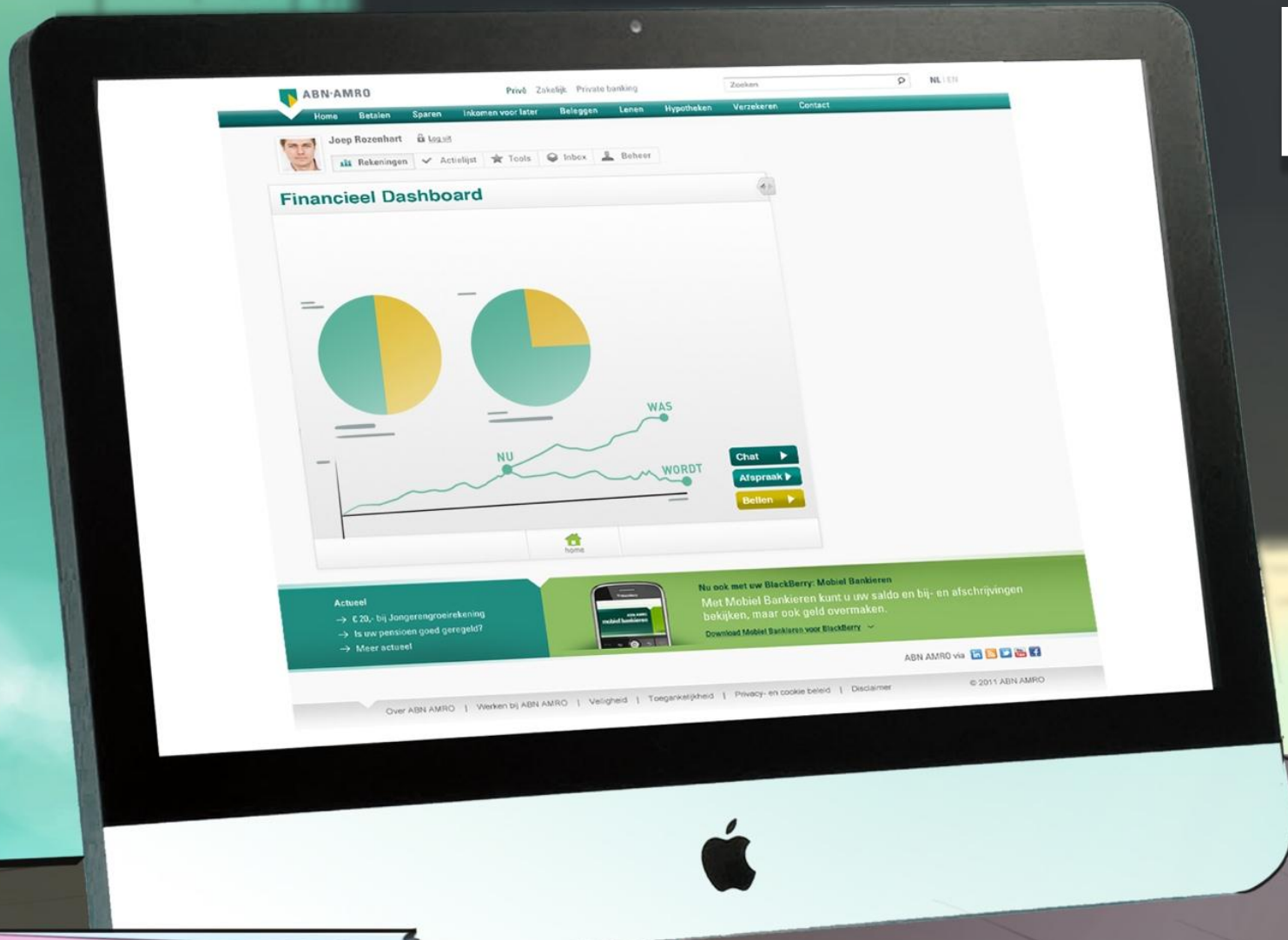
5 jaar later



ABN AMRO stuurt proactief een Bankmail met de nieuwe mogelijkheden om de rente vast te zetten.



Nog 5 jaar later

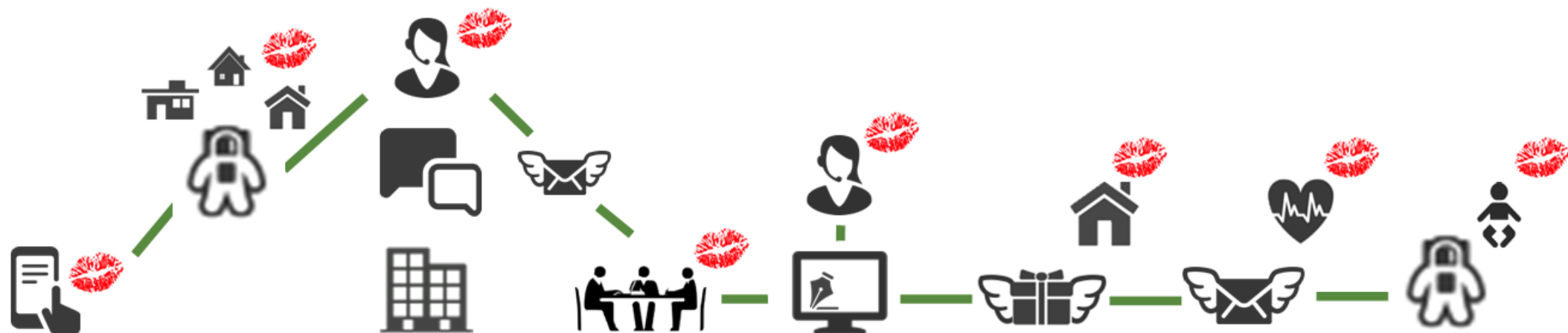


Geboren!  
**Shirley**

Vanuit het inzicht in de gewijzigde situatie van de klant biedt ABN AMRO een gesprek aan over de financiële mogelijkheden in de toekomst.



# 1 Vloeiende kanaalbeweging?



De huizenkijker app biedt een service voordat de klant de hypotheekaanvraag heeft ingediend.

De top 3 van huizen wordt weergegeven in de Financiële Ruimte.

Via de videochat geeft de adviseur een korte uitleg over de mogelijke hypotheek en maakt een afspraak.

De hypotheekadviseur komt 's avonds bij de klant thuis om een offerte op te stellen.

Met de begeleiding van de adviseur tekent de klant de hypotheekofferte online.

Bij de nieuwe woning treft de klant een digitaal presentje aan.

Na een jaar ontvangt de klant een bankmail met de mogelijkheden na de veranderde rentestand.

Via zijn Financiële Ruimte bekijkt de klant hoe zijn financiële situatie verandert met de komst van de baby.



Veel momenten om klant (verder te) helpen, te informeren, te adviseren

## 2 Wat wil de klant en de bank?

### Toename klanttevredenheid



Meer contact met klant

Relevanter contact met klant

Contact op het juiste moment

### Betere C/I ratio



#### Toename efficiëntie



Meer campagnes

24 / 7 beschikbaar

Lagere overhead

Betere leads

Evaluaties sneller gereed

#### Toename effectiviteit



Fijnere segmentering in de uiting

Aanbod op het juiste moment

Persoonlijke campagnes

Optimale kanaalinzet

Meer en betere evaluaties

#### Toename denken in waardecreatie



Meer producten per klant

Grotere waarde portefeuille

Hogere loyaliteit

### 3 Welke veranderingen zijn daarvoor nodig?

- **Klantdata ontsloten** en actueel -> Data project
- **Klantgedrag** kunnen **voorspellen** -> Modelbouw
- Van eenmalige campagnes naar **trigger-based campagnes** naar model-based campagnes -> draai in Business as Usual
- Introductie van **multi-step/channel campagnes** -> Professionalisering
- **Scenario's** ontwikkelen voor verfijning Optimalisatie van campagnes
- **Real-time** rekening houden met **klantcontext** -> Real Time Decisioning
- **Efficiënter** intern campagne **proces** > sneller in kunnen spelen op actualiteit
- **Verandering in denken/gedrag**

... en nog veel meer, dus keuzes maken



# 4 Hoe ziet de huidige situatie er uit?

Van eenmalig naar trigger-based marketing

Marketing organisatie naar klantgroepen

**BUCKS++**

Genereren, optimaliseren en centraal distribueren

**SmartCampaigner**

Eenmalige campagnes

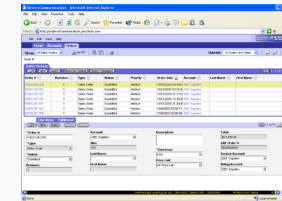
outbound

inbound

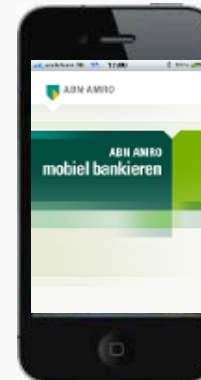
**Datawarehouse (Teradata)**

**SQL/scripts**

Continu campagnes (trigger-based)



Kantoren en Call  
Peoplesoft & Siebel



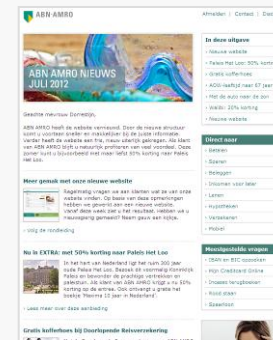
Mobiel



Bankmail



Internet Bankieren

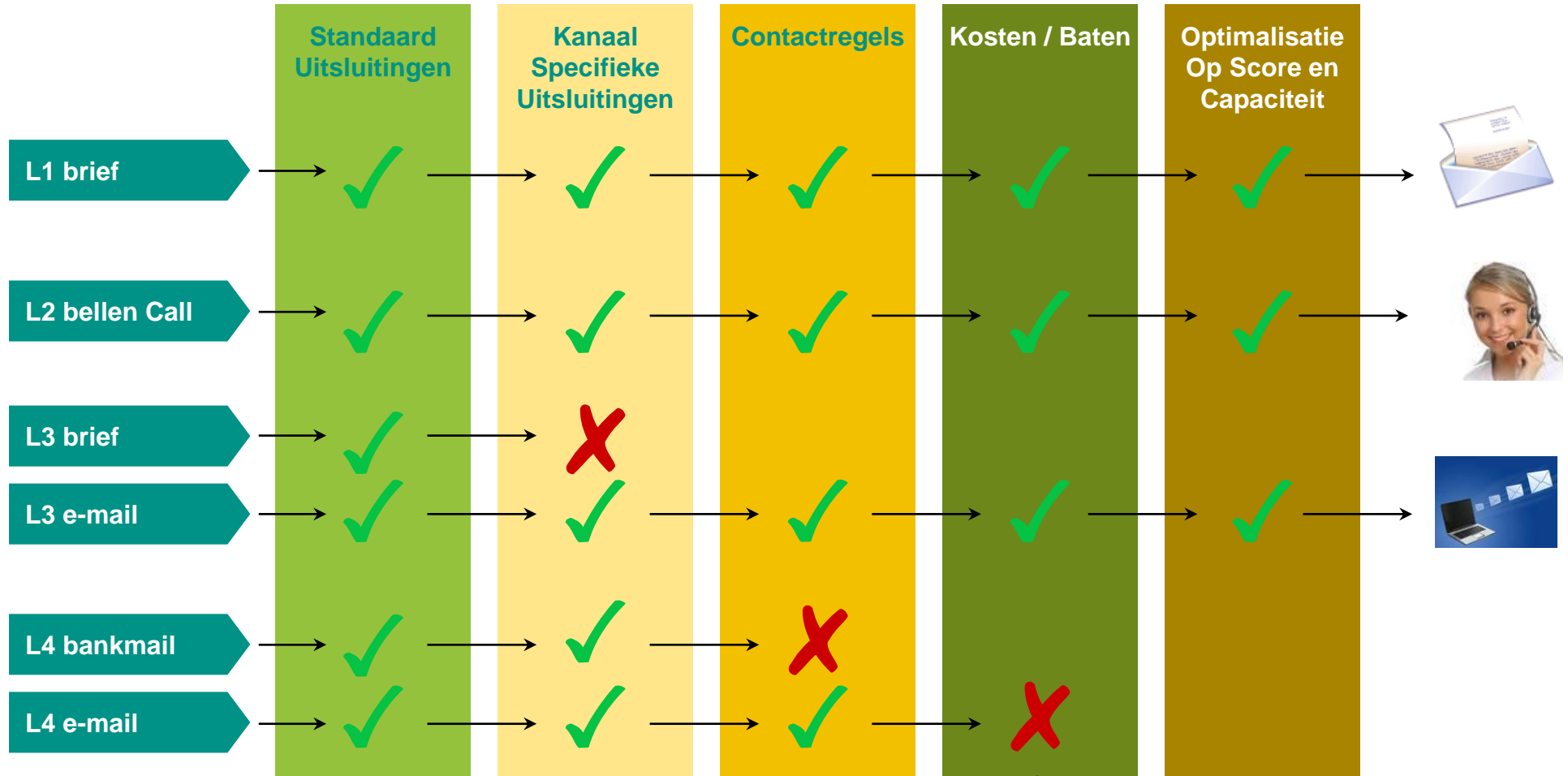


E-mail &  
Direct Mail

# 4 Hoe ziet de huidige situatie er uit? - Optimalisatie proces

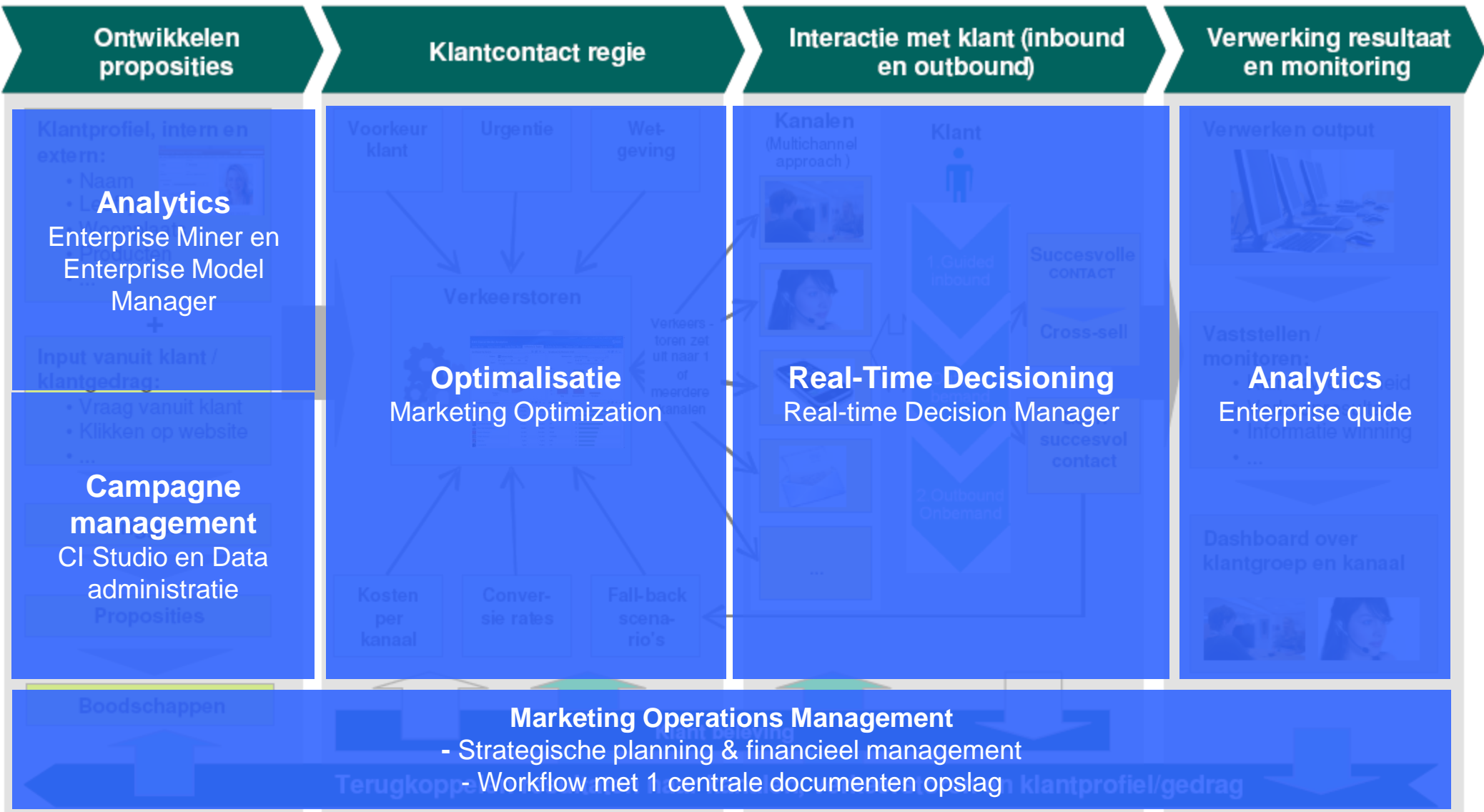
Lead na selectie

Distributie naar kanalen



Aanbeveling & Banner op Internet Bankieren

# 5 Waar willen we naar toe?



SAS als geïntegreerde oplossing



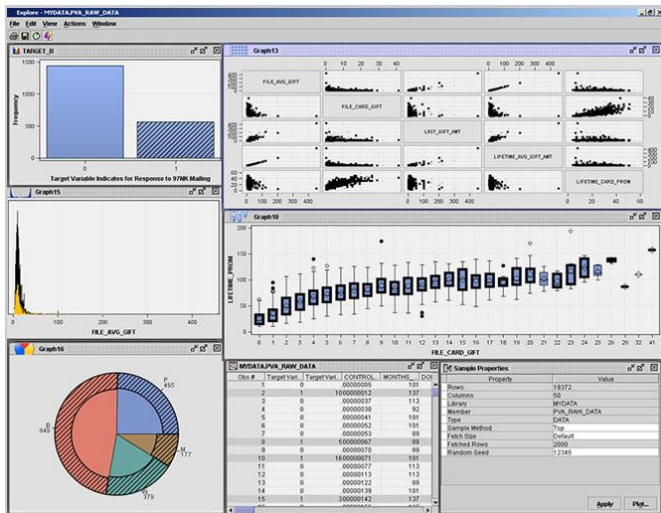


## 5 Waar willen we naar toe? – Prioriteiten 2012

- **Meer modellen kunnen ontwikkelen**
  - > huidige omgeving maakt gebruik van SAS Base met veel SQL code met een beperking in toepassing van verschillende analyse methoden.
- **Groot aantal triggers**
  - > huidige systemen loopt tegen grenzen aan, nu ca. relevante 100 triggers, doorgroei op eind 2012 naar 200 relevante triggers.
- **Campagnes (geautomatiseerd) schedulen**
  - > we kunnen hierdoor de belasting op de systemen niet verdelen en we kunnen niets sequentieel opstarten
- **Optimalisatie uitvoeren op grote aantallen campagnes**
  - > huidige optimalisatie is op basis van handmatig gebouwd model, geen simulatie mogelijk en moeilijk parametrizeerbaar.
- **Efficiëntie van de marketing processen monitoren**
  - > geen eenduidig proces en monitoring van het marketing proces

# 5 Waar willen we naar toe? – Analytics

Eenvoudiger om data te interpreteren en gereed te maken voor analyse

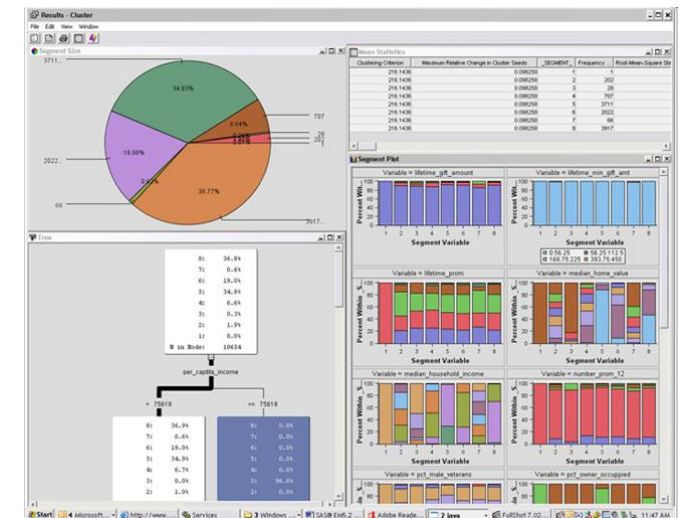


Vooraf gedefinieerde bank specifieke- en algoritmische modellen maken **uitwerken en valideren** nieuwe kansen eenvoudiger



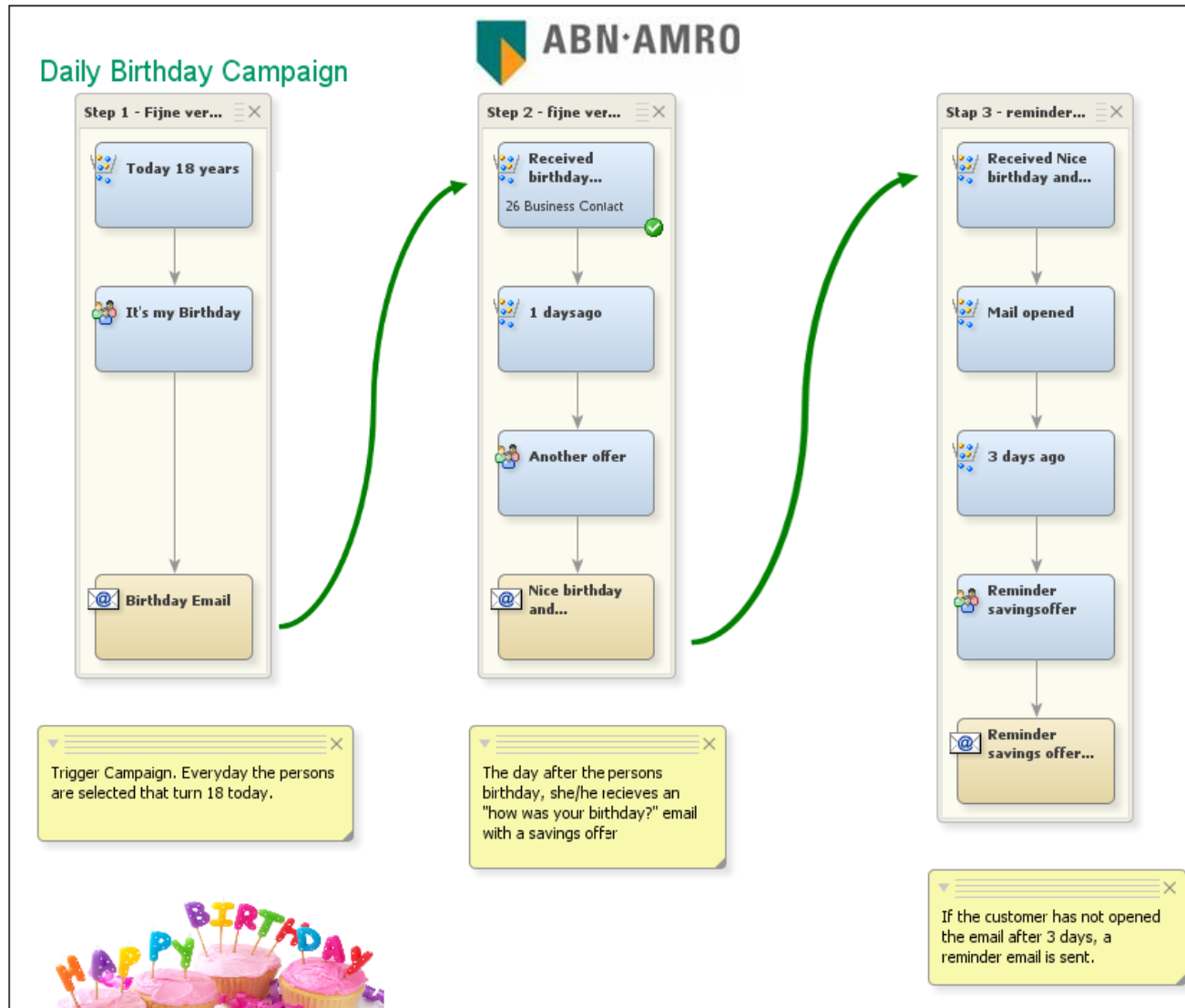
- Enterprise Guide
- Enterprise Miner
- Model Management

Makkelijker presenteren van uitkomsten modellen



# 5 Waar willen we naar toe? – Marketing Automation

- CI-Studio
- Information Map studio
- Management Console



# 5 Waar willen we naar toe? – Optimalisatie

## Marketing Optimization

**Campagne Management**

- Campagne 1
- Campagne 2
- Campagne 3
- Campagne 4
- Campagne 5

**Advanced Analytics**

- Modellen/scores



**Optimalisatie**

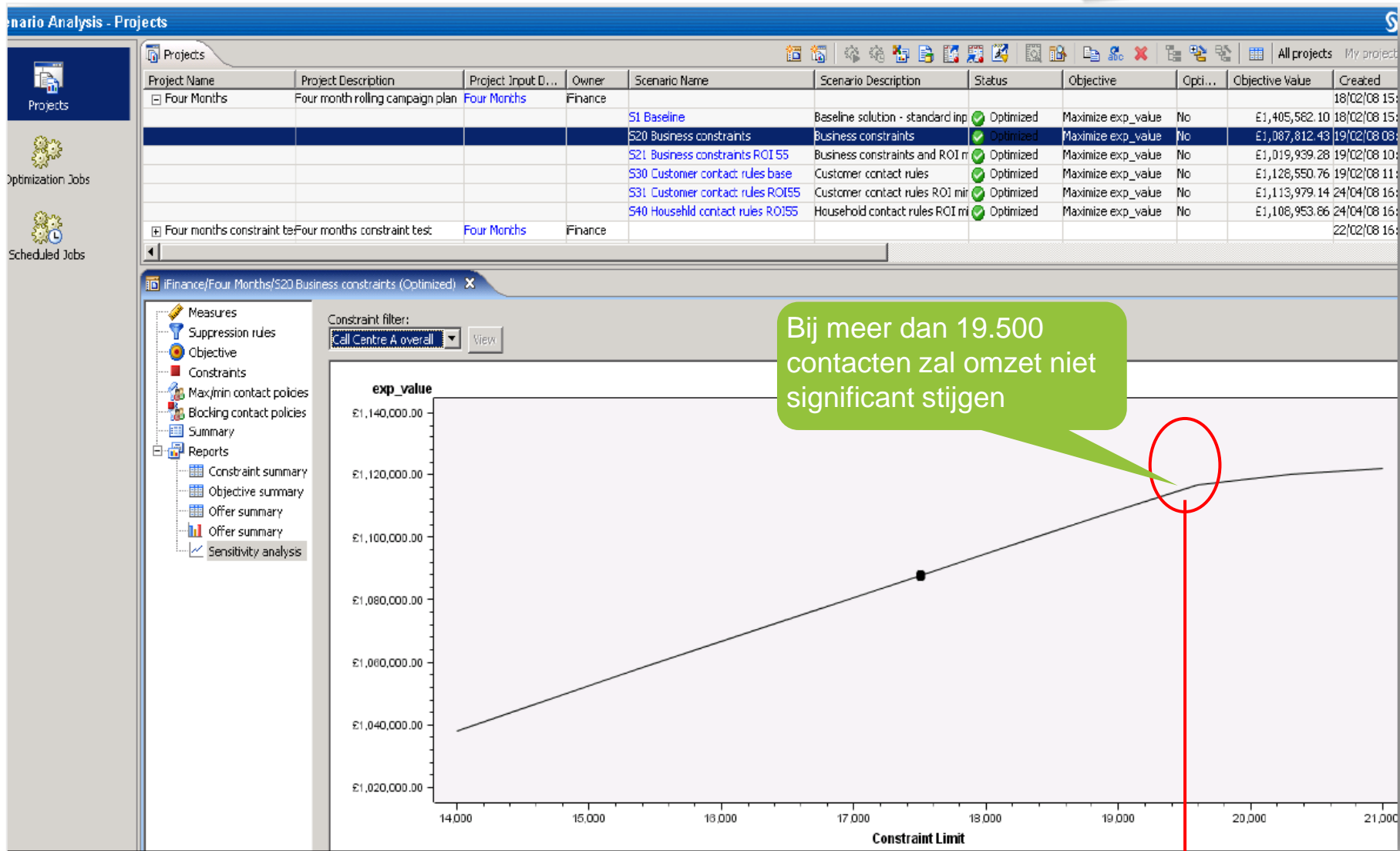


**Kanalen**



# 5 Waar willen we naar toe? – Optimalisatie scenario's

Marketing Optimization



# 5 Waar willen we naar toe? – Marketing Operations Management

Strategic Planner



Campaigns Budgets Expenses Scorecard Reviews User Roles Workflows Versions

**Financial Information**

Currency: USD

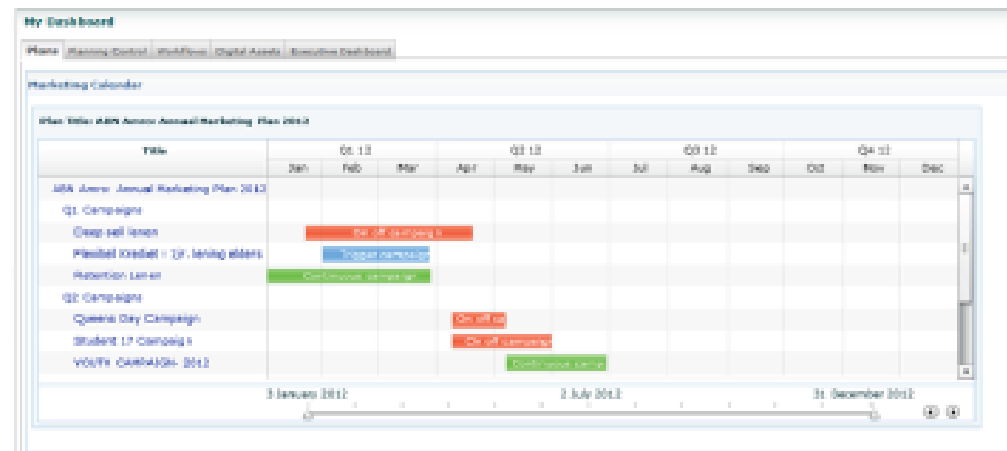
|  | Planned    | Allocated  | Committed  | Spent     | Unallocated |
|--|------------|------------|------------|-----------|-------------|
|  | 725,000.00 | 411,000.00 | 135,000.00 | 65,000.00 | 314,000.00  |

Release Money

**Cost Centers**

| Name                | Planned Amount    | Unallocated Amount |
|---------------------|-------------------|--------------------|
| Corporate Marketing | 200,000.00        | 170,000.00         |
| Wealth Management   | 525,000.00        | 144,000.00         |
| <b>Total</b>        | <b>725,000.00</b> | <b>314,000.00</b>  |

... een geautomatiseerd inzicht in budget

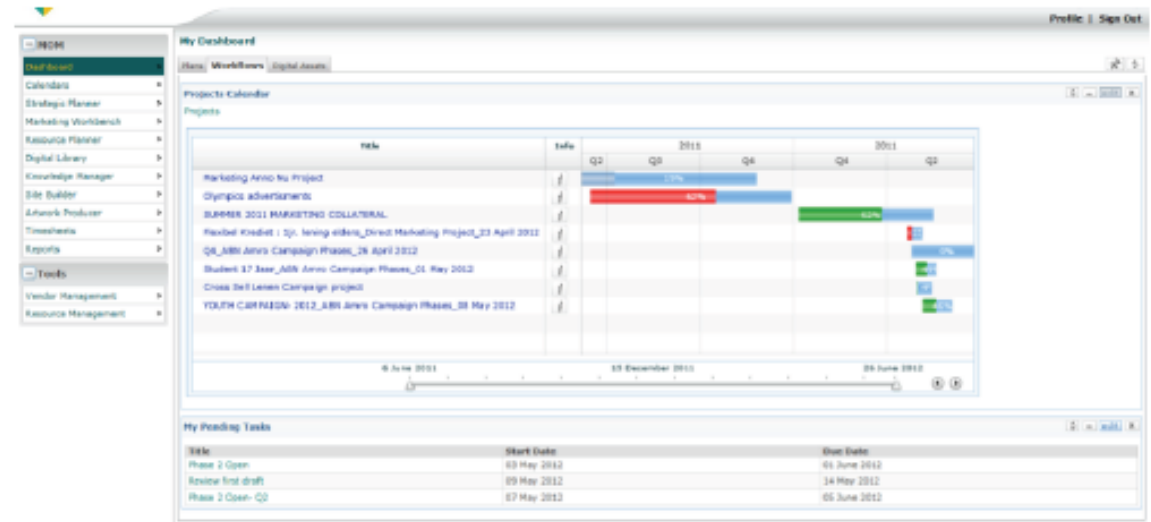
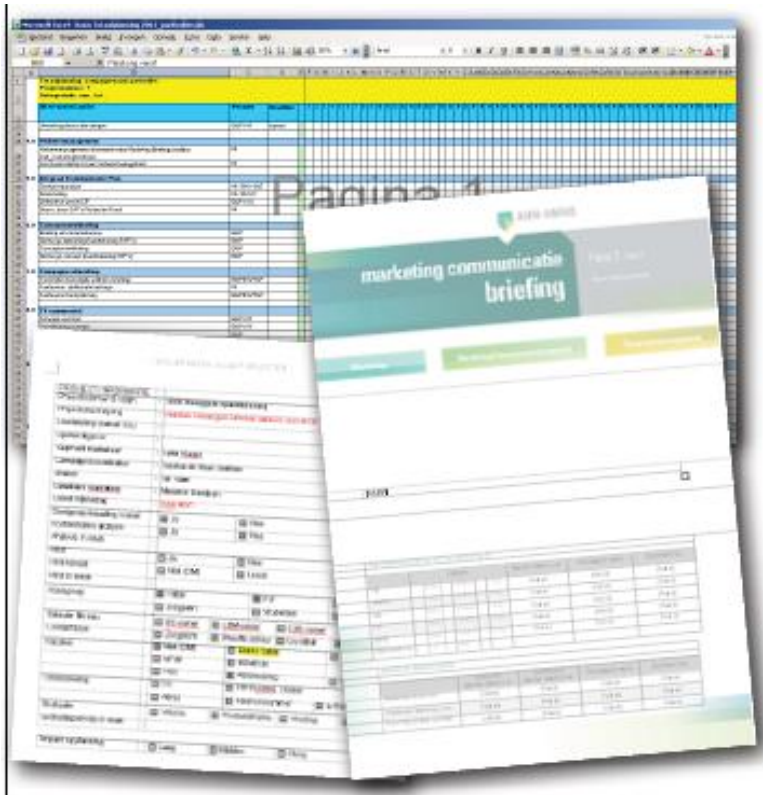


... een geautomatiseerd campagne overzicht  
> digitale Marketing Actiekalender

Van campagne overzichten  
in Excel naar .....

# 5 Waar willen we naar toe? – Marketing Operations Management

Workflow Management

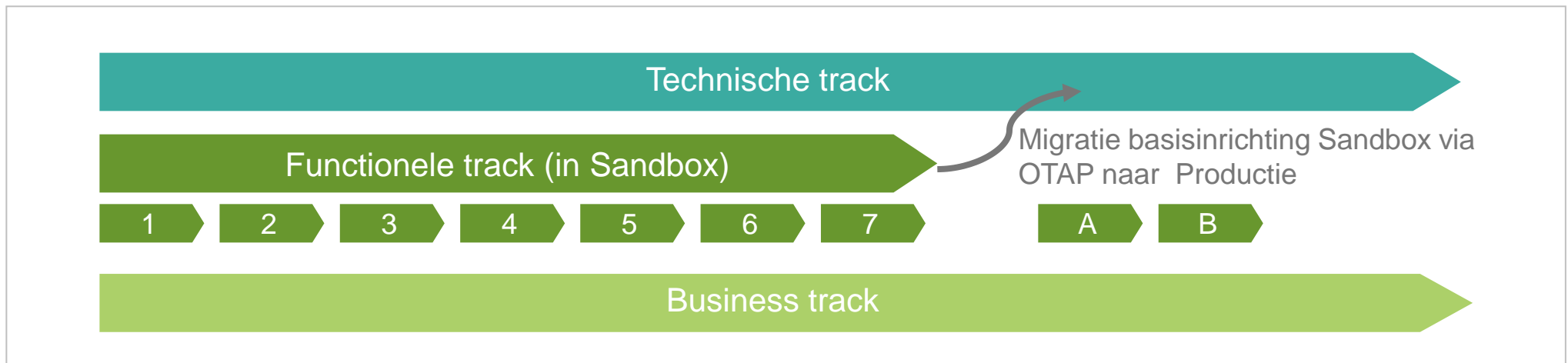


... een dashboard met overzicht van eigen campagnes

*Van briefings en intake nota's in Word naar ...*

## 6 Hoe doen we dat? - Project in drie tracks

| Technische track  | Functionele track  | Business track  |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Installatie hard-en software SAS (OTAP)</li><li>▪ Connecties naar systemen en datawarehouse</li><li>▪ Migratie Sandbox naar OTAP</li><li>▪ Voorbereiding architectuur 2013 (o.a. RTD)</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Basis configuratie SAS:<ul style="list-style-type: none"><li>- Information map</li><li>- Standaard segmenten</li><li>- Communications/output def's</li><li>- Contact en respons historie</li></ul></li><li>▪ SAS Optimalisatie</li><li>▪ SAS Marketing Operations</li><li>▪ Handboek voor gebruik &amp; beheer</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Communicatie</li><li>▪ Training (tool EN werkwijze)</li><li>▪ Processen en procedures</li><li>▪ Verandermanagement Marketing en Kanalen</li><li>▪ Migratie 100+ lopende campagnes</li></ul> |
| SAS, IBM, ABN   | SAS, Crystalloids, ABN   | ABN   |





# 6 Hoe doen we dat? – Functionele track m.b.v. Agile Scrum

User stories

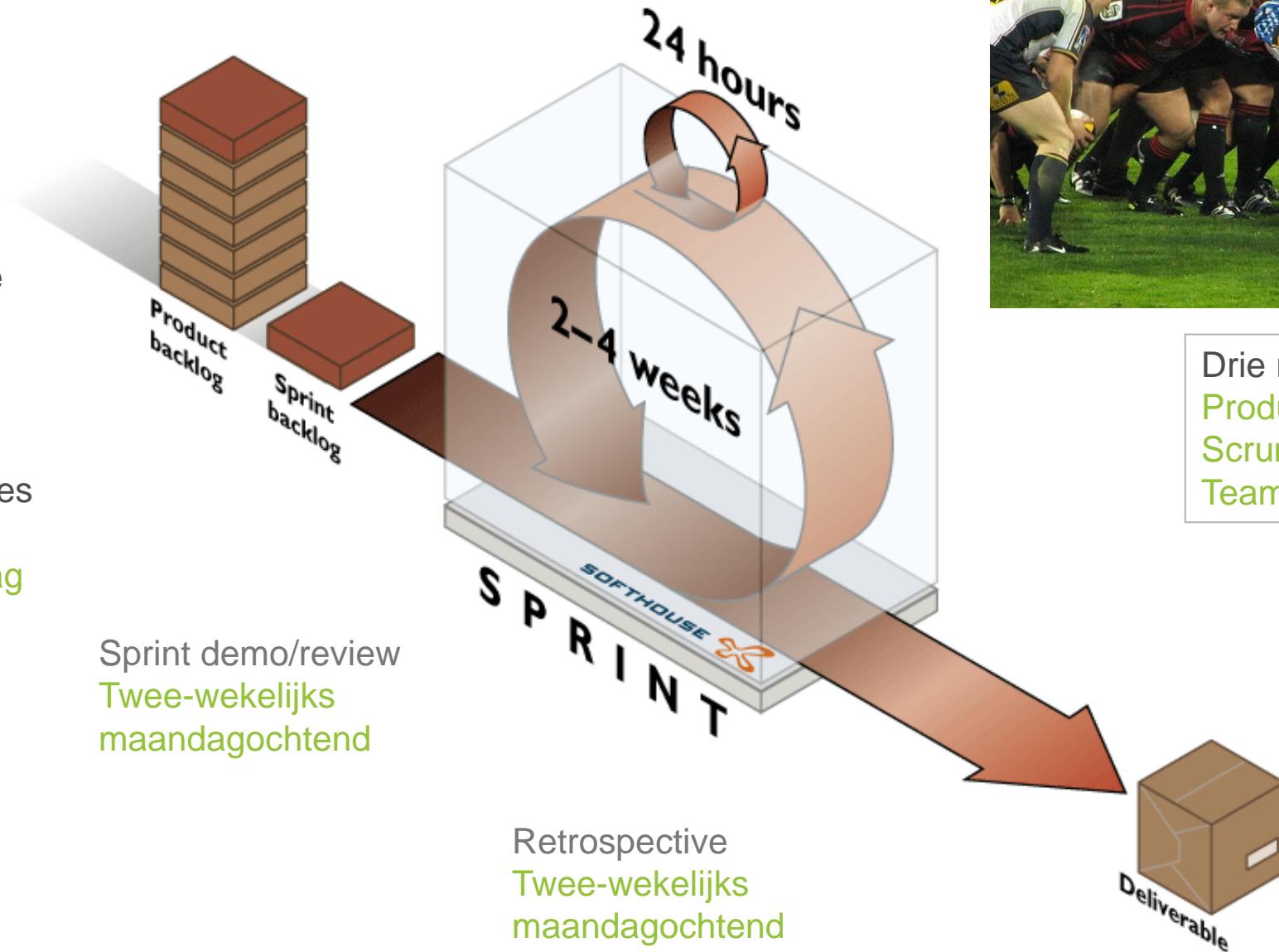
Definition of Done

Planningsessies  
Twee-wekelijks  
maandagmiddag

Daily stand-up  
maandag t/m  
donderdag  
09:45 – 10:00

Sprint demo/review  
Twee-wekelijks  
maandagochtend

Retrospective  
Twee-wekelijks  
maandagochtend



Drie rollen  
Productowner  
Scrummaster  
Team

# 6 Hoe doen we dat? – Agile Scrum=visueel en multidisciplinair



## 6 Hoe doen we dat? - Uitdagingen

1. Hard- en software installatie heeft een lange doorlooptijd, hoe kunnen we alvast meters maken?
2. Hoe gaan we om met Optimalisatie en contactregels op verschillende niveaus?
3. Wanneer kunnen we de knop omzetten van de oude naar de nieuwe omgeving. Big Bang vs. gefaseerd met 100+ campagnes?
4. Hoe gaan we met beheer van de omgeving om, Business vs. IT?
5. Mix in aanpak tussen Agile Scrum (Functionele track) en Waterval methode (IT Track)
6. Hoe gaan we de nieuwe gebruikers trainen in de tooling en zorgen dat campagnes volgens de juiste standaard worden ingericht?
7. Hoe gaan we met de verandering in de organisatie om, naar het klantgroep denken?
8. ...



# Wrap-up



- Onderzoek hoe de SAS modules samenwerken en bepaal of dit voldoet aan je requirements?
- Zorg bij implementatie voor een Handboek met werkwijze en uitleg van keuzes.
- Scrum aanpak kan werken, let op:
  - user stories op voldoende detailniveau
  - business bezetting in scrumteam
  - IT, test en beheer in scrumteam
- Zorg dat in het project Techniek, Data, Processen en Mensen in scope zijn.
- Wees kritisch welke customisaties je echt nodig hebt.