

**CLEVER°
ANALYTICS'**

Mapa byznysových pokladů

Případová studie optimalizace pobočkové sítě

České spořitelny

Na co se dnes můžete těšit

1. **Co je lokační analýza?**
2. **Případová studie - optimalizace pobočkové sítě České spořitelny**
 - Zadání
 - Jak jsme postupovali
 - Výstupy
 - Výsledky
3. **Co vás zajímá? (diskuse)**



1. K čemu je lokační analýza?

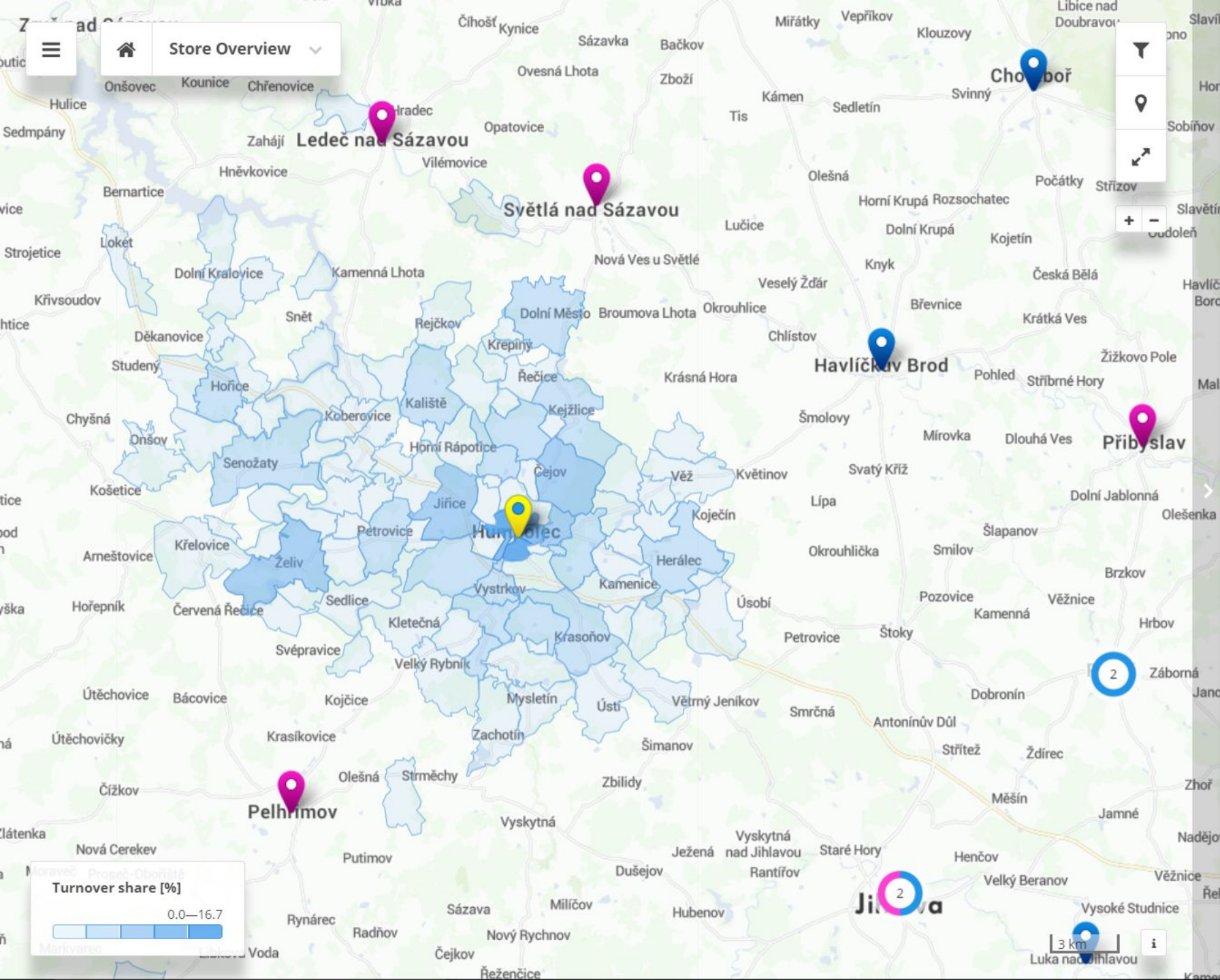
- Kde jsou potenciální **bíla místa**?
- Které **zákazníky pokrývá** moje prodejna?
- Jaký je **konkurenční tlak** na tomto místě?
- **Nepřekrývají** se moje pobočky?
- Kde se naši klienti běžně **vyskytují**?
- Jaký je reálný **potenciál** mého obchodního regionu?
- O kolik klientů a obratu přijdu, **když zavřu** tuto prodejnu?
- ...



1.1 Definice lokační analýzy

Location Intelligence is the capacity to organize and understand complex phenomena through the use of **geographical relationships inherent in all information.**





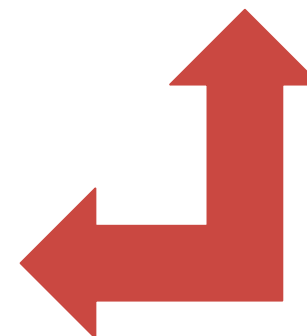
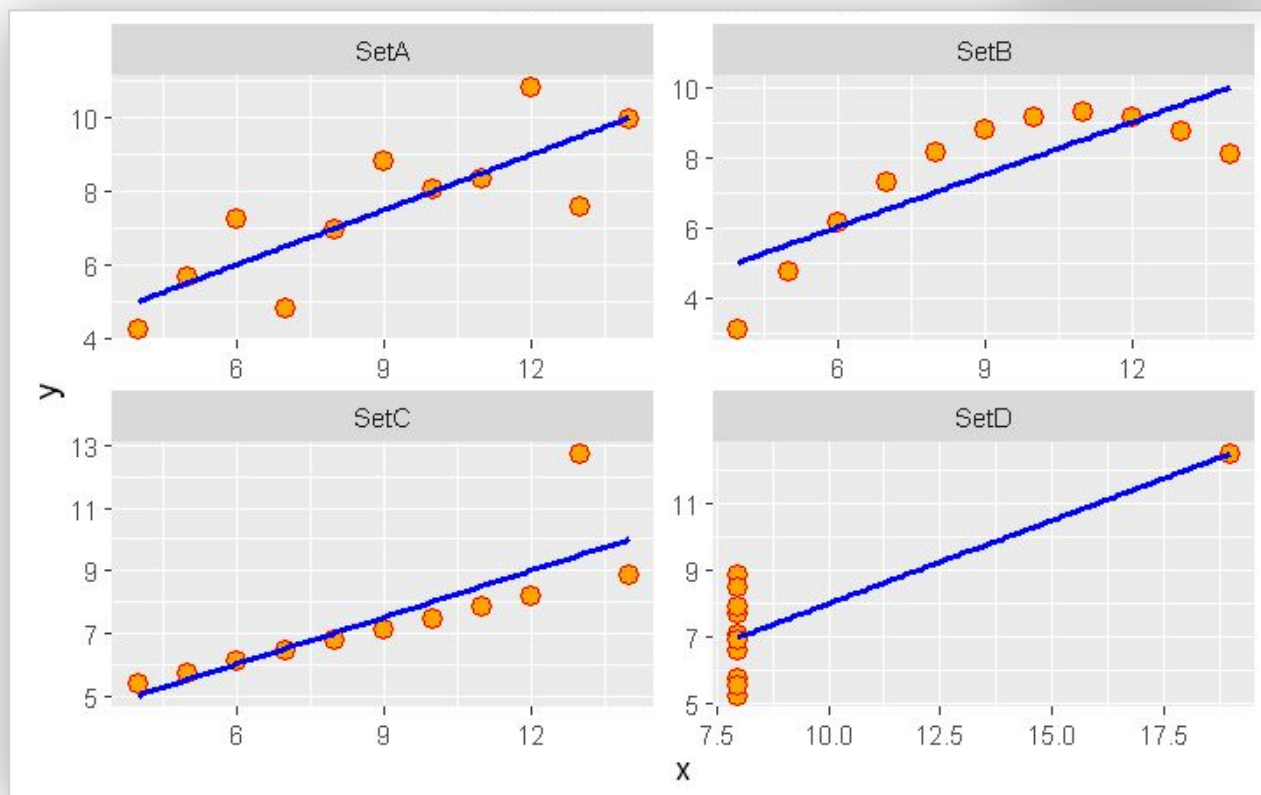
Search

Store No. 5
Horní nám. 78, Humpolec

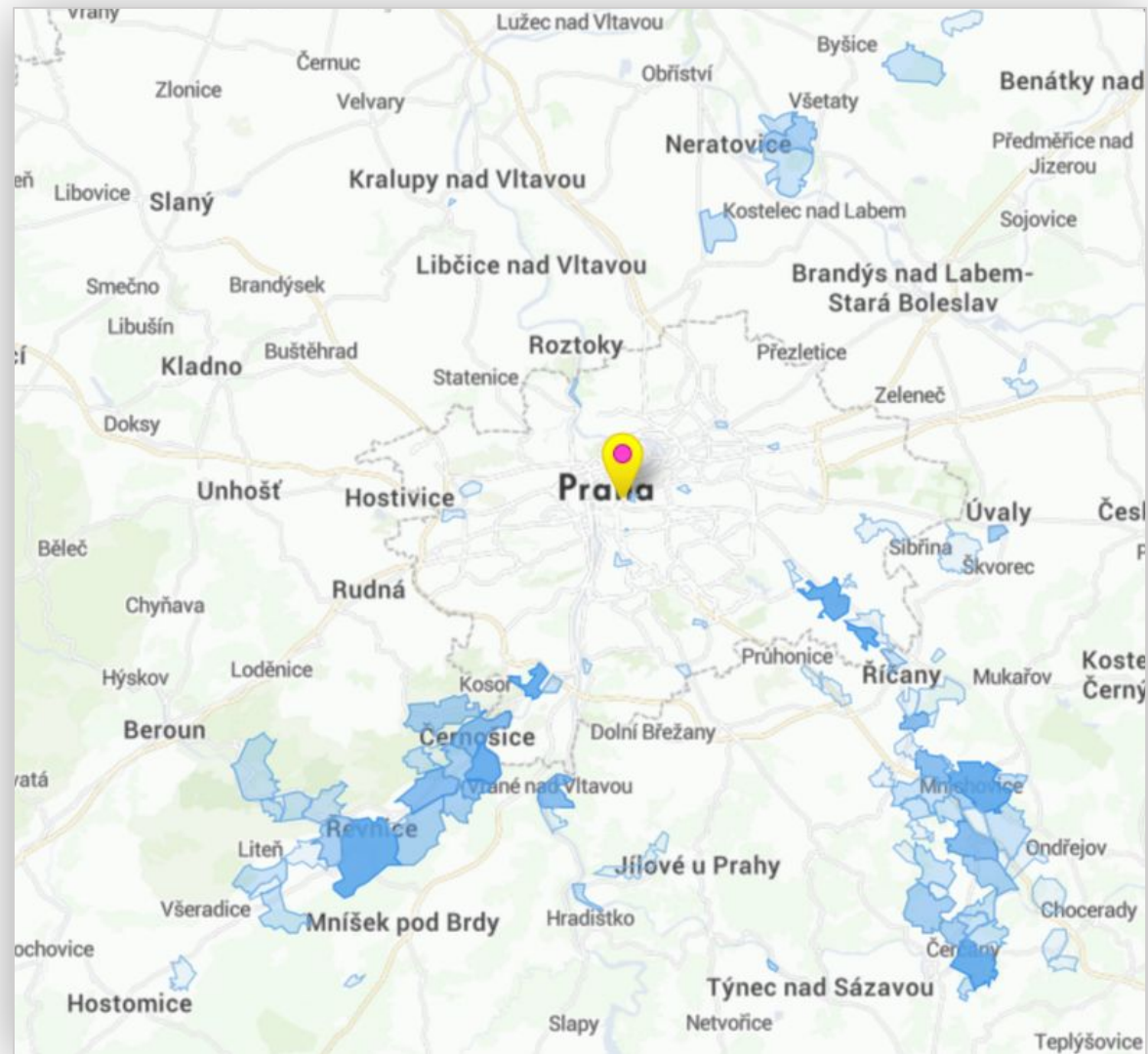
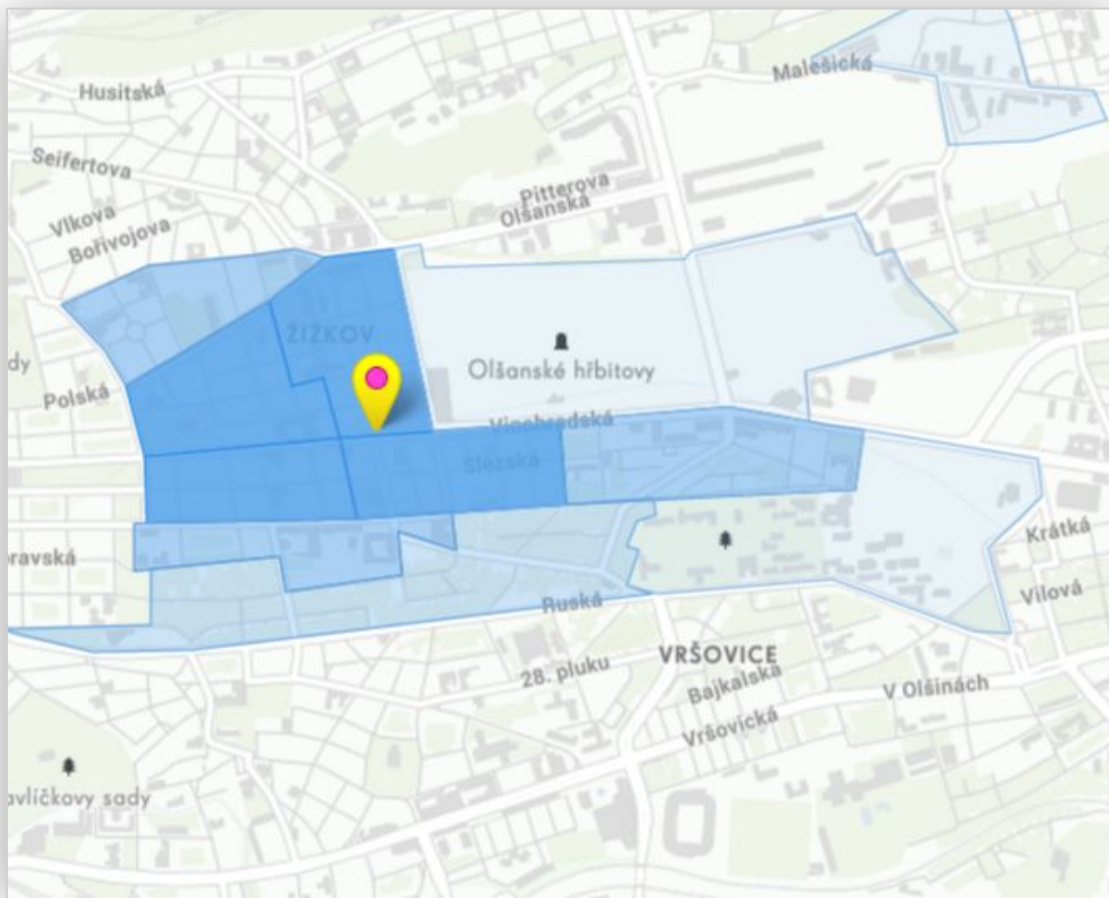
\$ 14,085,206 CZK Annual Turnover	80 % Members Share
4,004 Club Members 8,764 Households	22,608 Residents
266 CZK Average Purchase	7 Catchment Area Competitors
99,575,233 CZK Potential	53,357 Transactions
13.0 % Market Share by Store	14.3 % Market Share by Chain

1.2 Proč je důležitý kontext?

	group	mean x	Sample variance x	mean y	Sample variance y	Correlation between x and y	Linear regression
1	SetA	9	11	7.5	4.1	0.82	$y = 3 + 0.5x$
2	SetB	9	11	7.5	4.1	0.82	$y = 3 + 0.5x$
3	SetC	9	11	7.5	4.1	0.82	$y = 3 + 0.5x$
4	SetD	9	11	7.5	4.1	0.82	$y = 3 + 0.5x$



1.3 Kontext v mapě - 2 tabulkově stejné prodejny



1.4 Location Intelligence je všude

- **Lokační analýza snadno propojuje interní data s externími daty.**
- **Díky přirozené existenci lokace v každé nezávislé databázi.**
- **Poloha je k dispozici prakticky vždy.**



1.5 Snadné pojení vašich dat s databázemi 3. stran

- Transakce / prodeje
- Klientská data
- Produktová data
- Komunikace / interakce
- Pobočky
- Obchodníci (interní a externí)
- Marketingové kampaně
- Obchodní kampaně
- ...



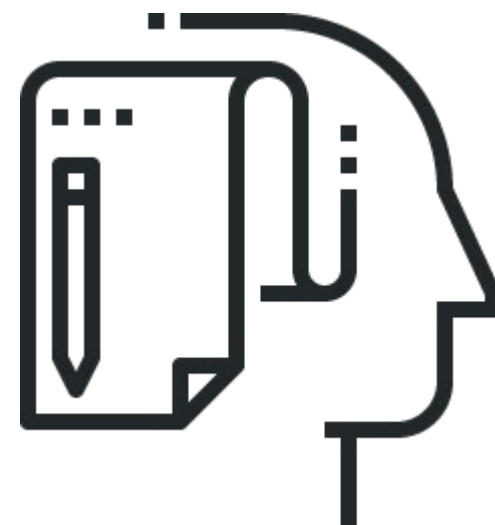
- Demografické údaje
- Kupní síla
- Obchodní místa konkurence
- Body zájmu
- Cenové mapy
- Reklamní plochy
- Nemovitosti a Katastr nemovitostí
- Doprava a dopravní obslužnost
- Kriminalita
- Geografické údaje
- Povodňové mapy
- Počasí
- ...

2. Případová studie České spořitelny



2.1 Jaké bylo zadání od České spořitelny

- **Chceme optimalizovat pobočkovou síť v rámci hesla "jsme vám blíž".**
- **Potřebujeme mít pobočky na místech, kde se nám vyplatí. Provoz není zadarmo.**
- **Potřebujeme být tam, kde se reálně pohybují naši klienti, když nás potřebují.**
- **Výstupy potřebujeme do 6 týdnů od předání dat.**



2.2 Jak byla optimalizace řešena doposud?

- Reporting a použití řady datových sad, ale v agregované podobě.
- Osobní zkušenosti týmu.
- Nasloucháním lidí z oblastí a poboček.
- Fungovalo to velmi dobře v rámci stávajících možností.
- Česká spořitelna chtěla dělat optimalizaci objektivněji, na základě dat.



2.3 Postup řešení a jaká data byla potřeba

- **Společně jsme si definovali sadu ukazatelů a jevů, popisující úspěšnost nebo neúspěšnost pobočky. Věděl se přesně význam dat, jejich původ a kontext.**
- **Pracovali jsme se vstupními daty na nejgranulárnější úrovni:**
 - návštěvy poboček
 - výběry na bankomatech
 - karetní transakce na POS obchodníků
 - obchodní data klienta
 - data poboček a bankomatů
- **Při práci s granulárními daty bylo potřeba zajistit bezpečnost a anonymizaci dat.**



2.4 Kde vzít data, když nejsem banka?

Jakákoliv data, která je možné lokalizovat pomocí adresy nebo přímo souřadnice.



- objednávky z e-shopu
- návštěvy v CRM systému
- nákupy zákazníků věrnostního klubu
- smlouvy se zákazníky
- platby platební kartou

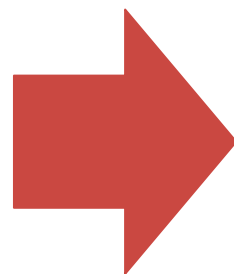


2.5 Proč a jak probíhá geokódování?

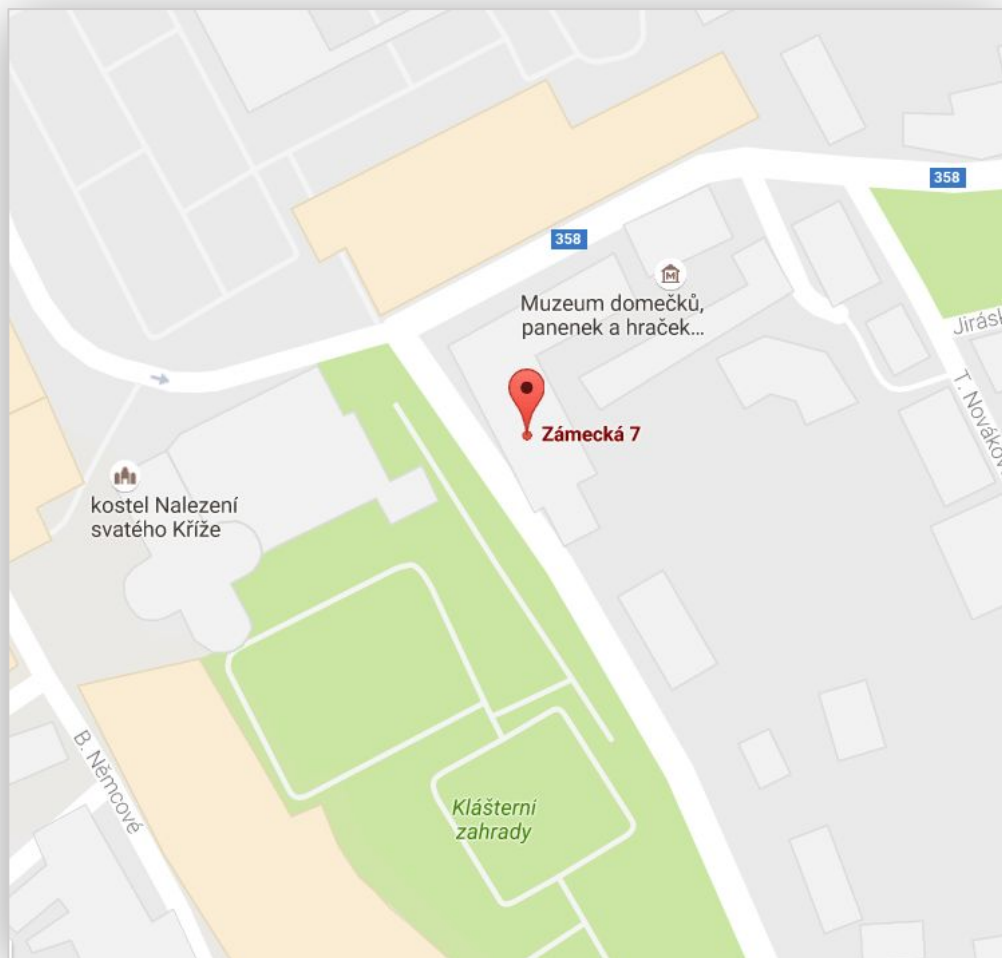
Adresa

Ulice č.p., č.e.,

Obec, PSČ



2.6 Pošta doručí, stroj nemá šanci



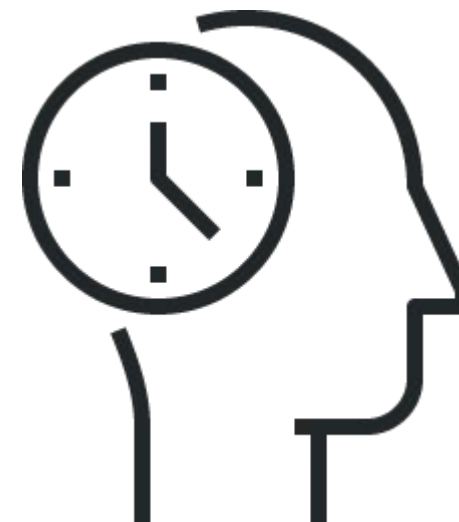
Nejedlého 7
570 01 Litomyšl – Litomyšl-Město
okres Svitavy, Pardubický kraj



Zámecká 7
570 01 Litomyšl – Litomyšl-Město
okres Svitavy, Pardubický kraj

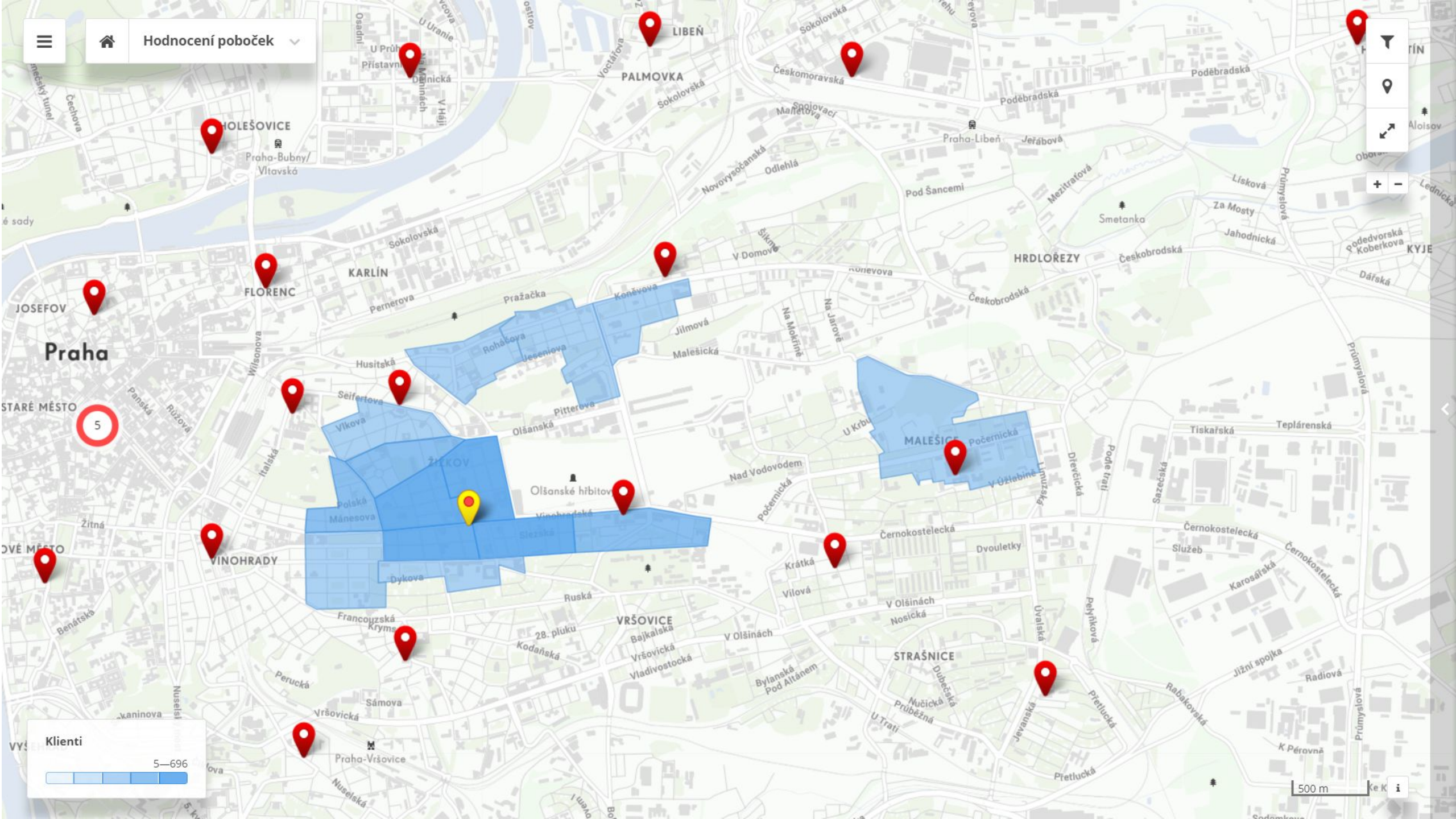
2.8 Jak šla práce od ruky

- První výstupy jsme doručili cca 4 týdny od předání dat.
- Další asi týden jsme věnovali procházení výstupů s týmem České spořitelny a objevovali kontext výstupů.
- Následovalo finální nastavení metrik a reportů, které zabralo cca další týden času.
- Finální výstupy jsme doručili za šest týdnů od předání dat. Následně jsme ještě během dalšího cca měsíce doplňovali výstupy dle potřeby.

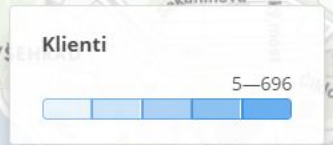




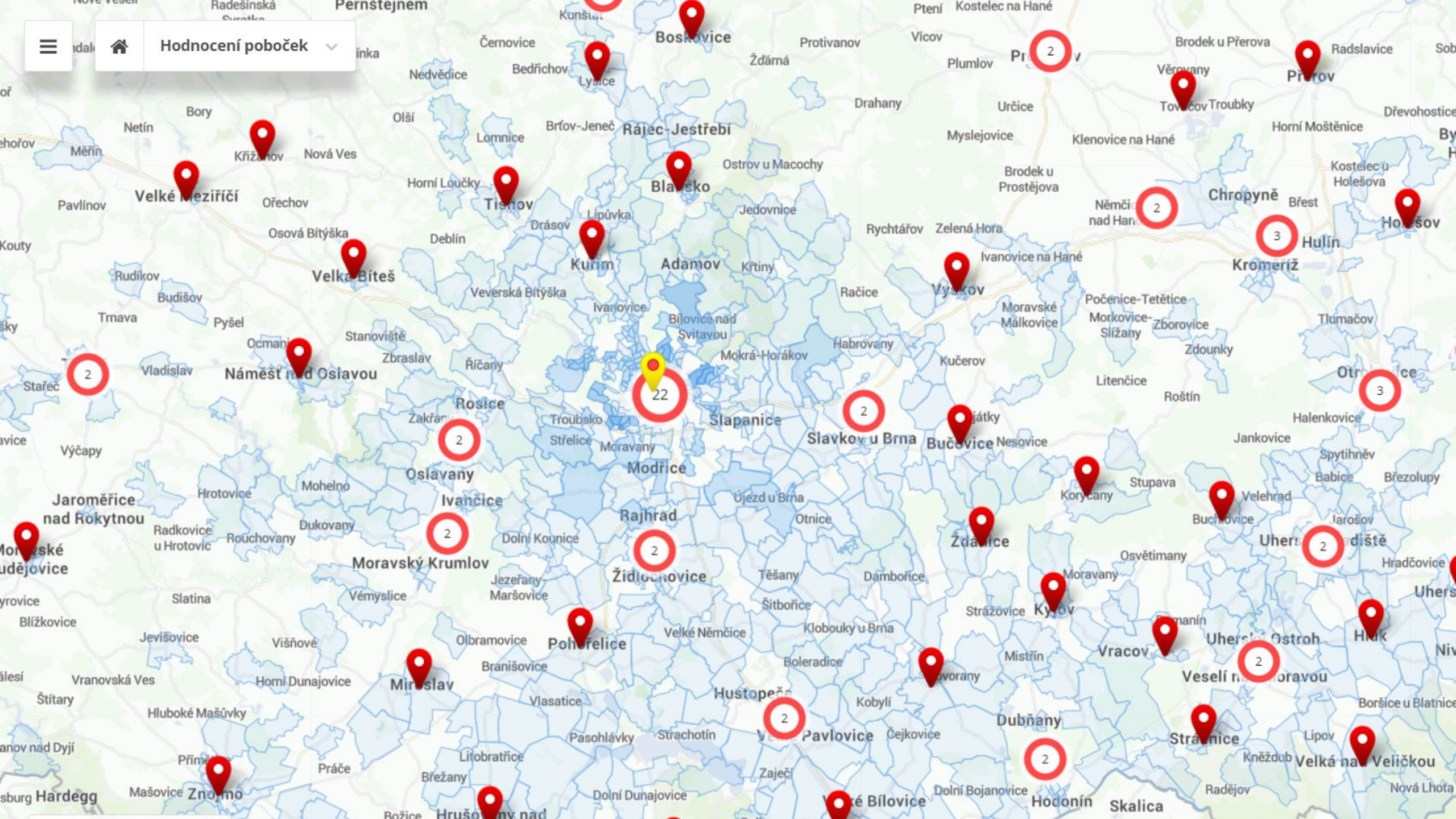
Hodnocení poboček ▾

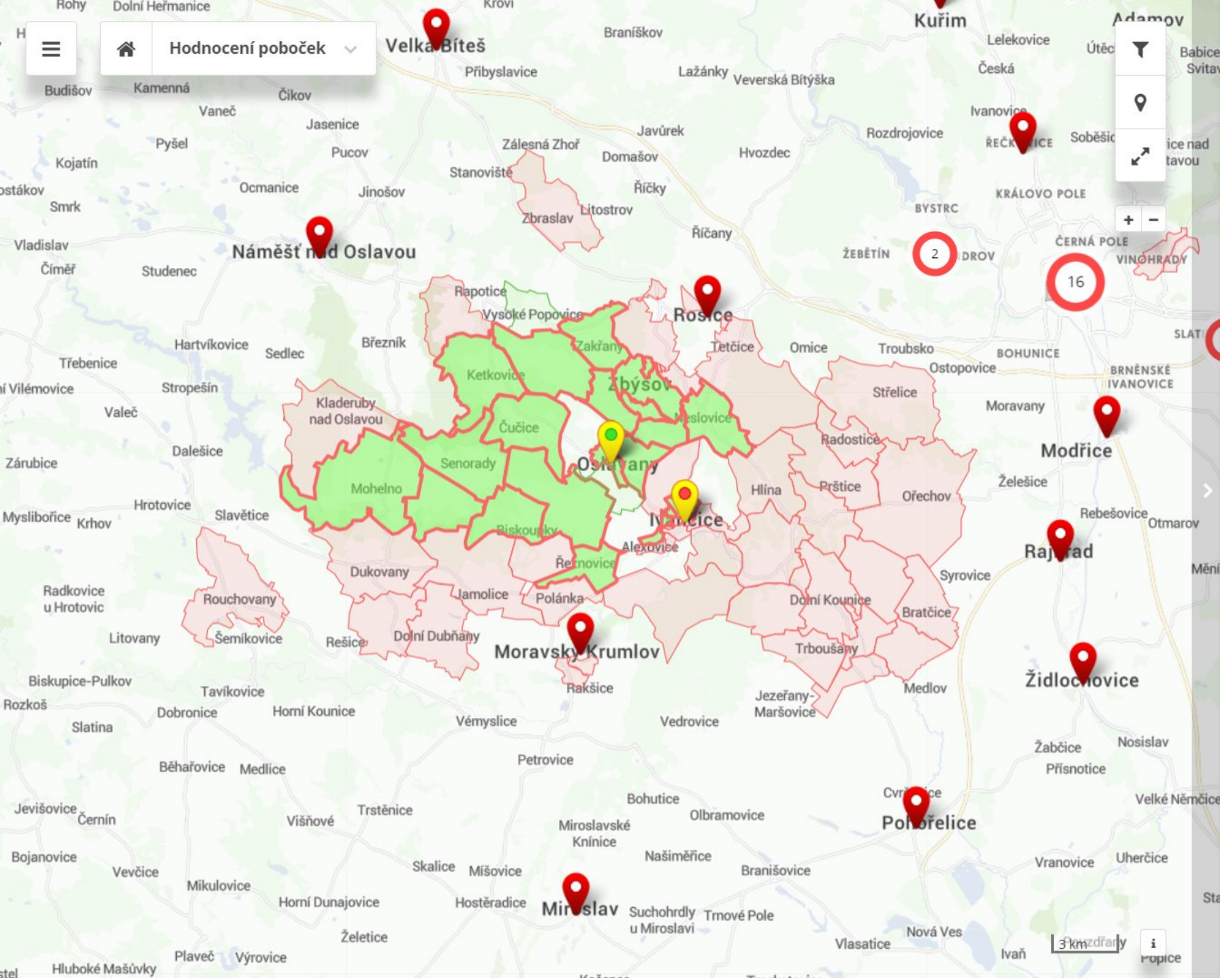


5



500 m





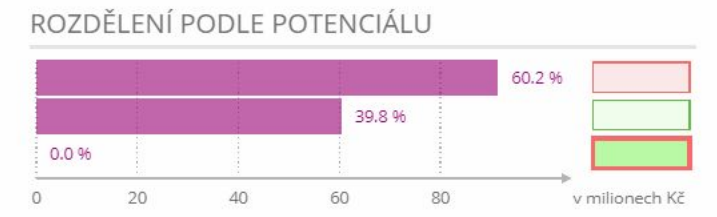
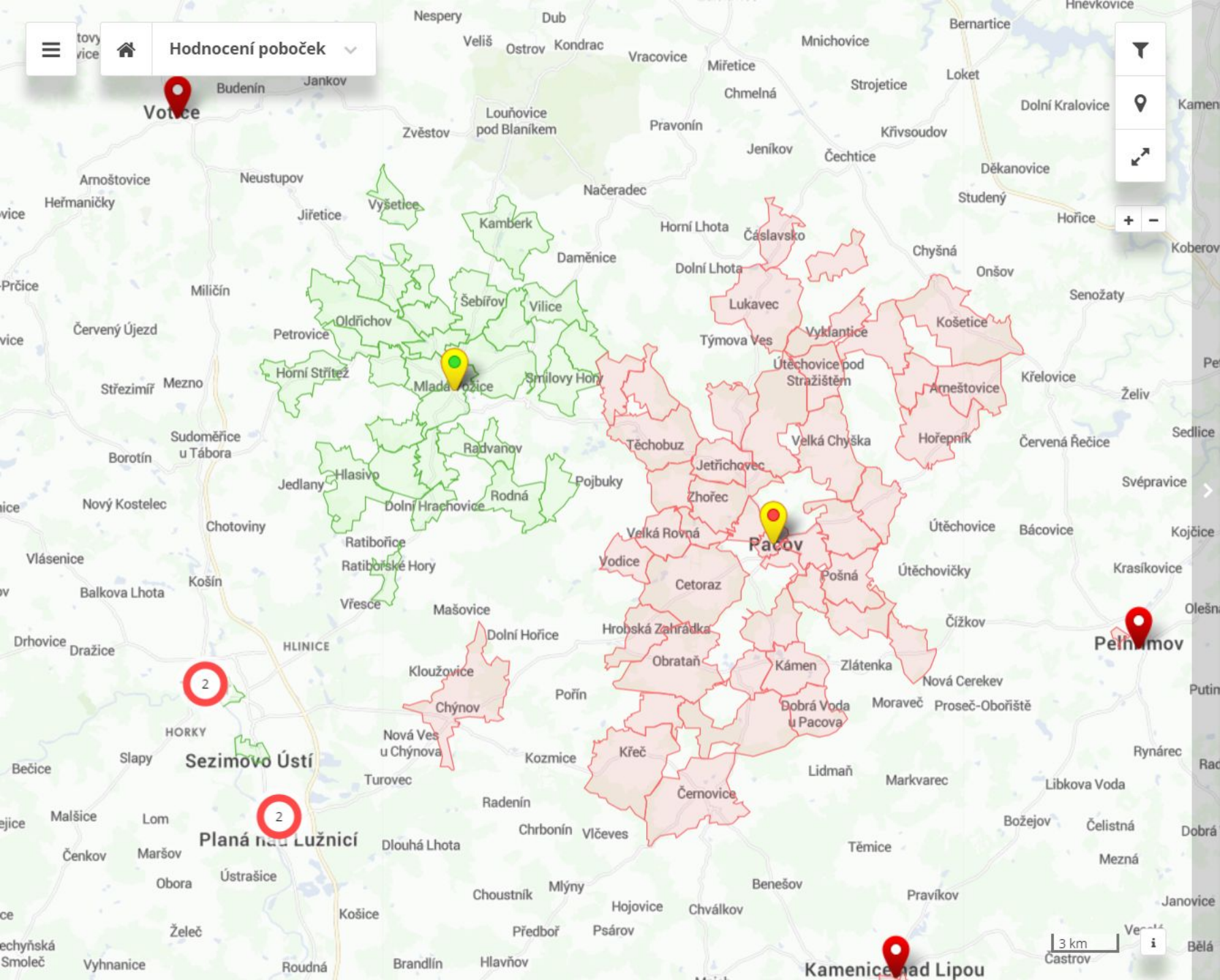
Search

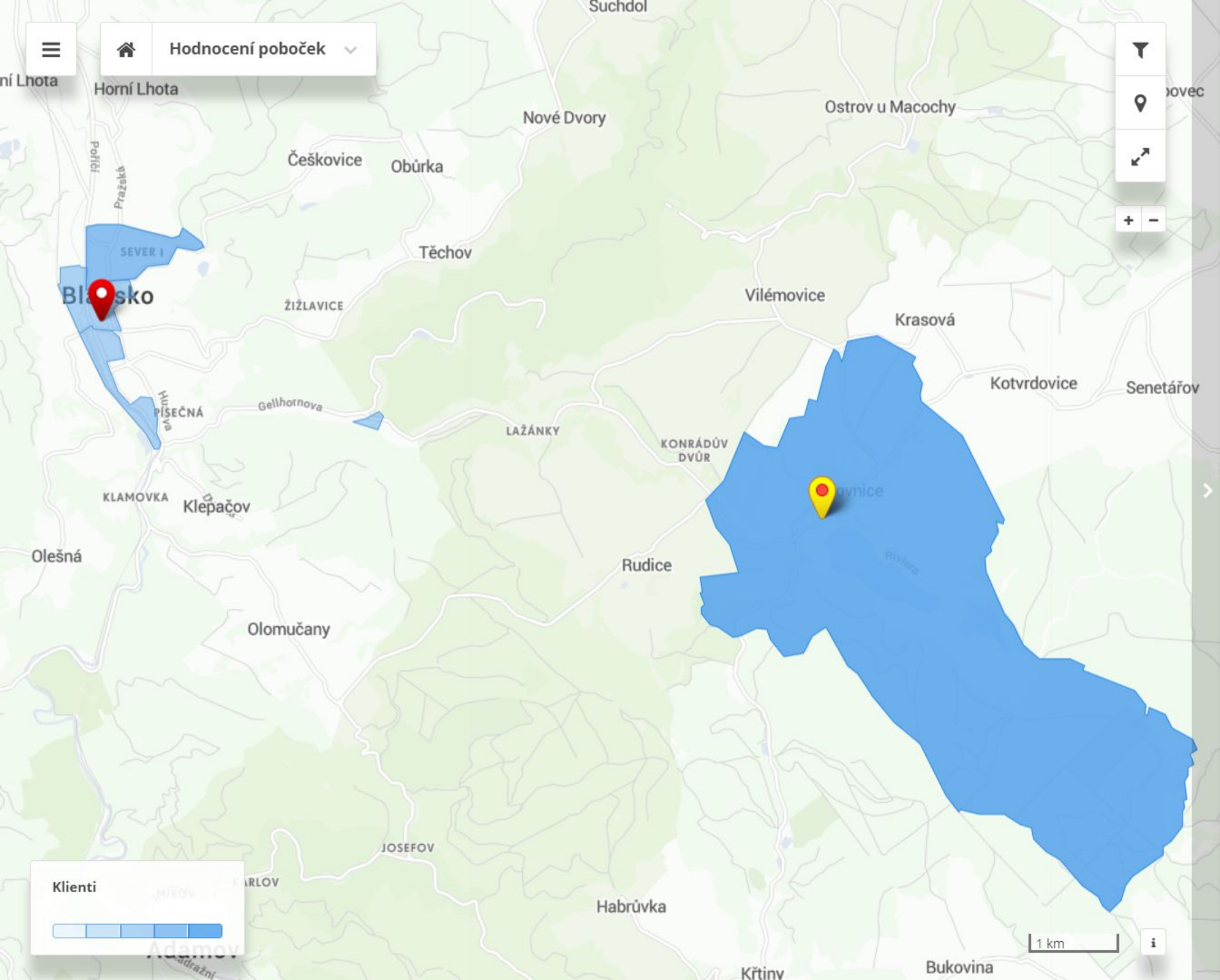
Skupina poboček

ROZDĚLENÍ PODLE POTENCIÁLU

Potenciál (milióny Kč)	Podíl (%)
0 - 25	0.8 %
25 - 100	24.5 %
100 - 250	74.7 %

v milíonech Kč





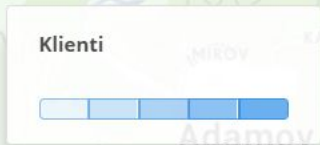
Search

Hodnocení poboček

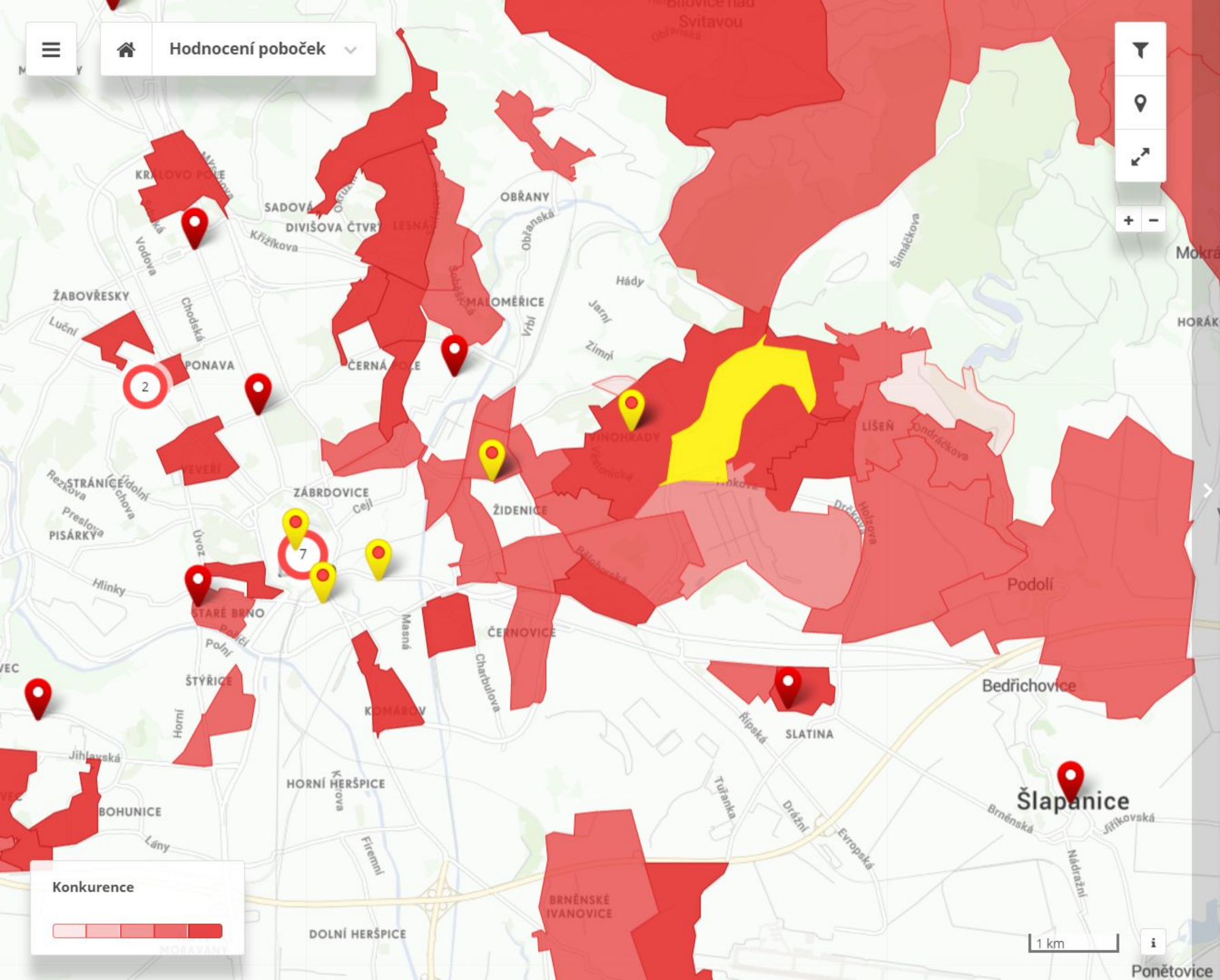
Jedovnice
Havlíčkovo náměstí, Jedovnice

NÁVŠTĚVNOST

Spádová oblast dle působiště



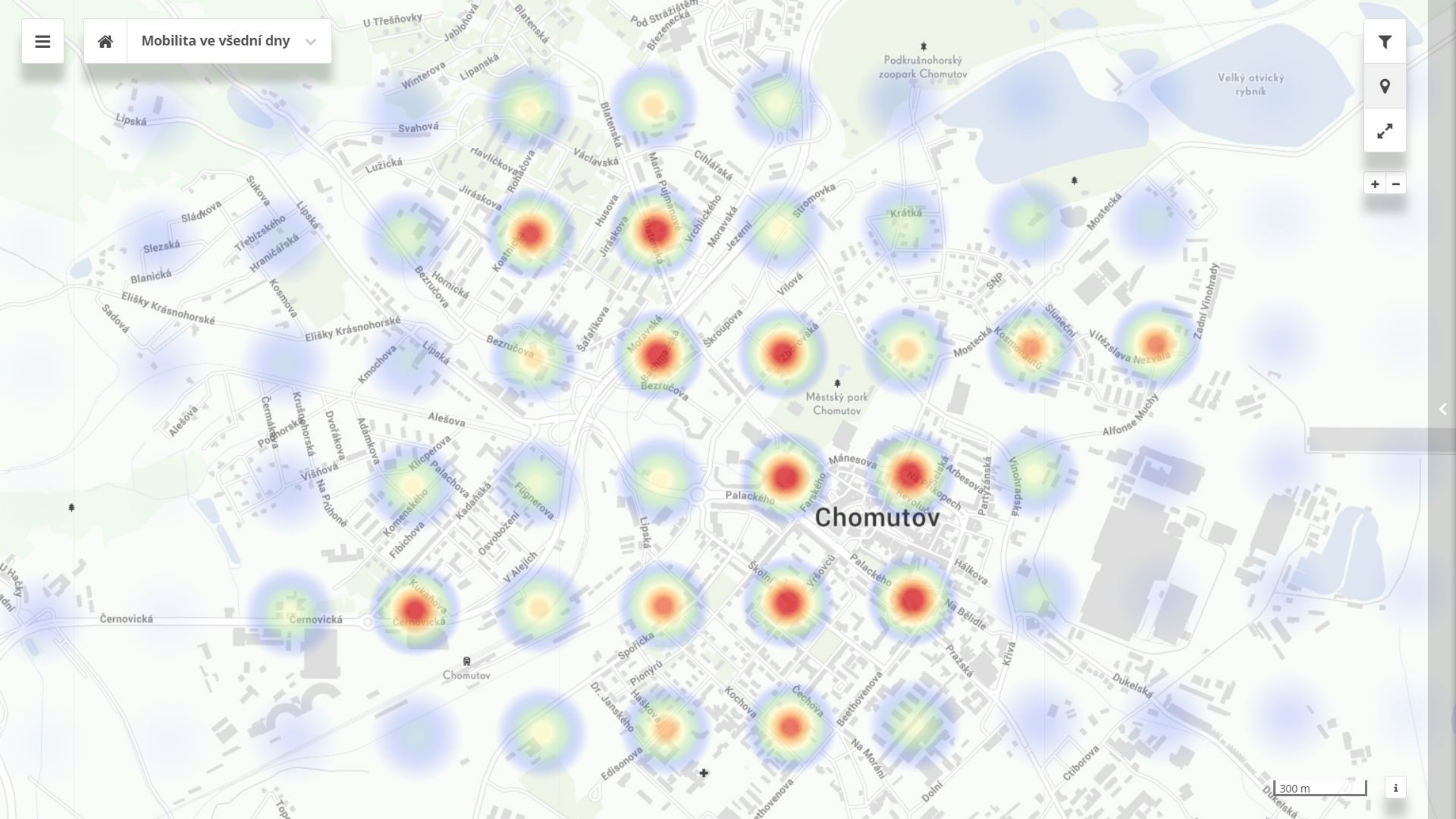
1 km



VNITŘNÍ KONKURENCE 31 poboček

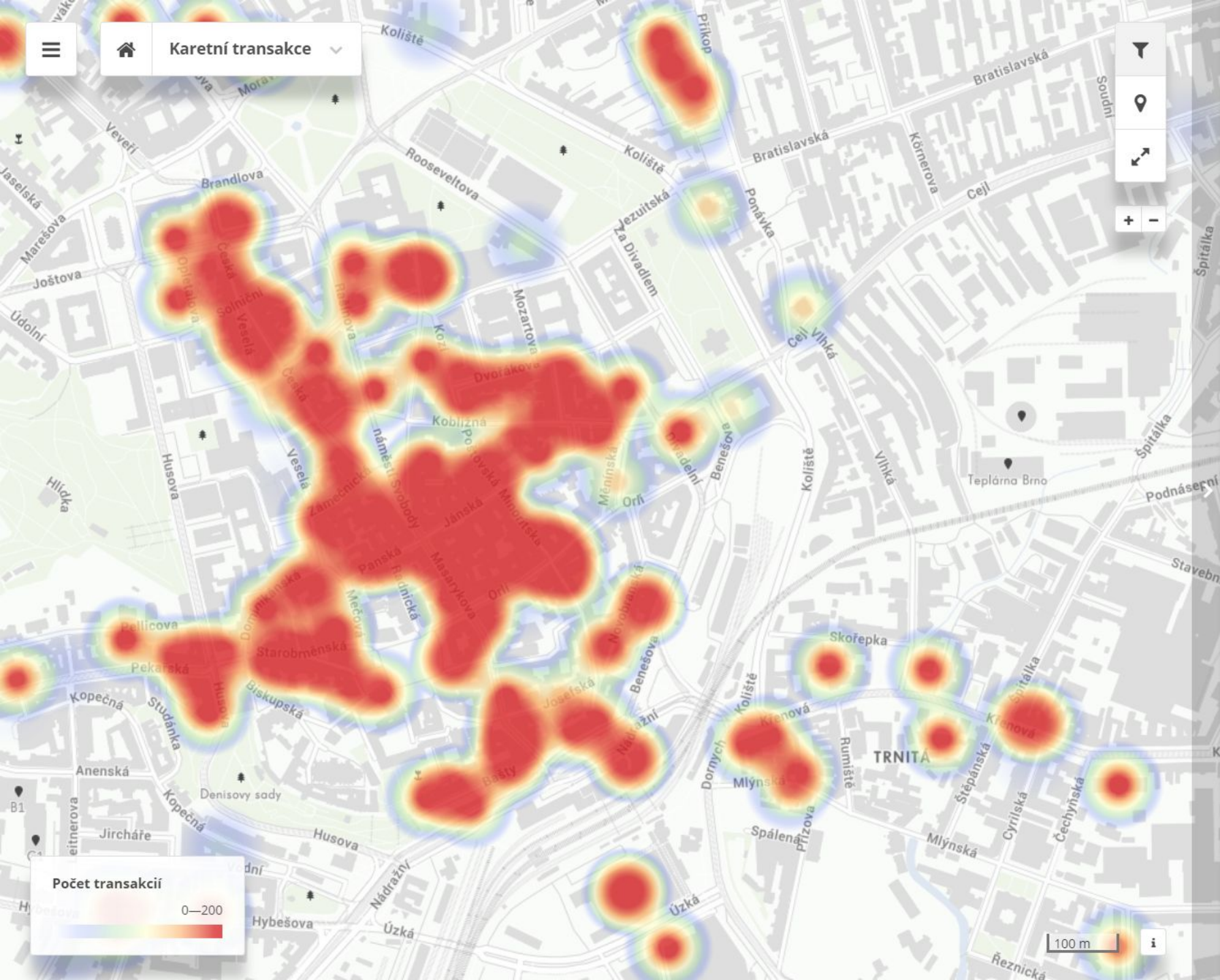
Celkem klientů ČS 10,425 počet obyvatelstva

podíl klientů	název, adresa
22.1 %	Česká Spořitelna Brno, Brno-město
18.6 %	Česká Spořitelna Brno, Židenice
12.7 %	Česká Spořitelna Brno, Trnitá
6.4 %	Česká Spořitelna Brno, Židenice
6.2 %	Česká Spořitelna Brno, Trnitá



300 m





FILTRACE TRANSAKČÍ

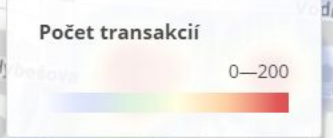
Typ transakce Selected All ▾

Segment Selected All ▾

Den Selected All ▾

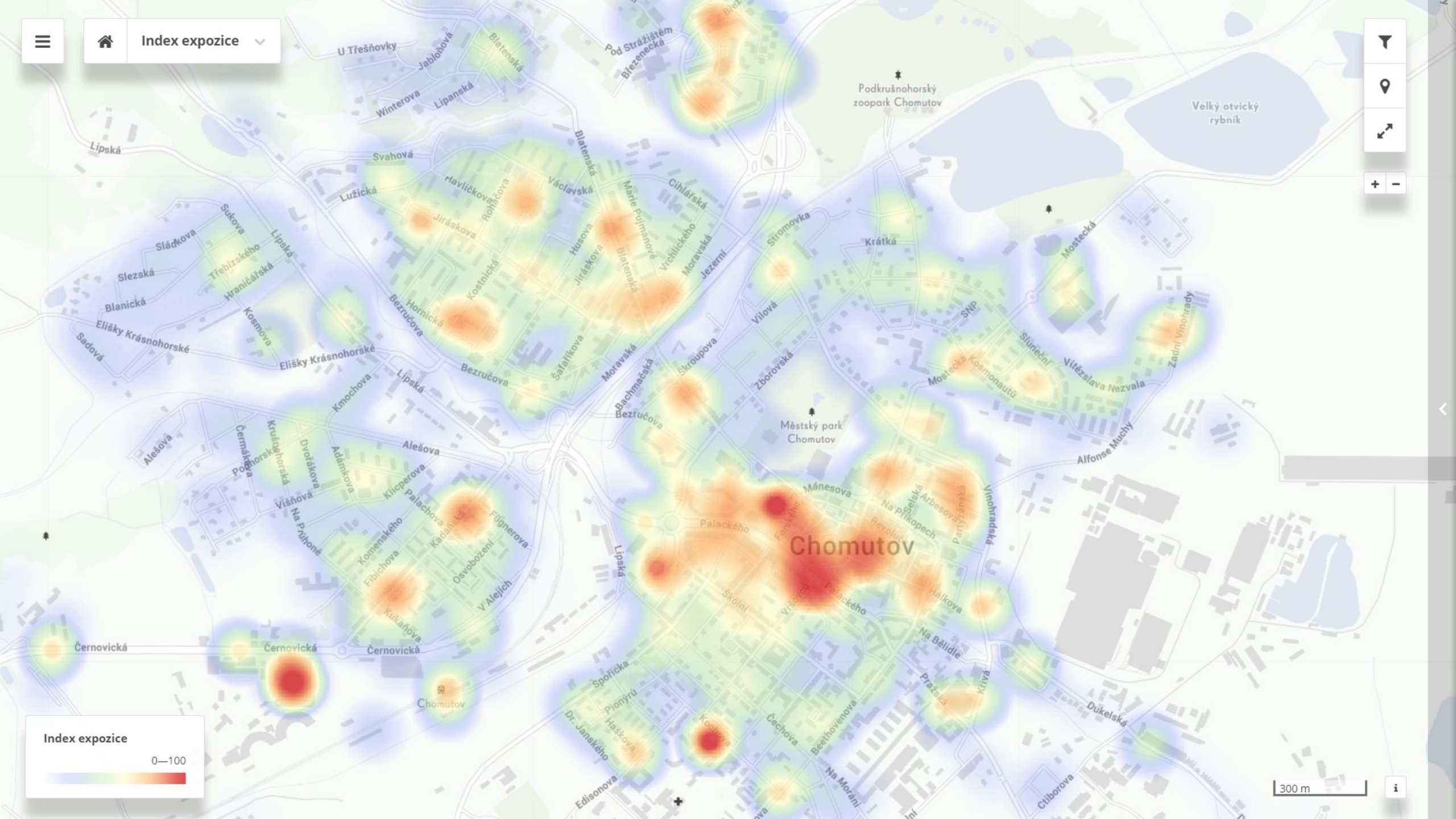
Hodina 0 24

Výška transakce [Kč] Selected All ▾





Index expozice ▾



300 m



2.13 Nepožadované, ale nakonec také zásadní přínosy celého projektu

- **Vidíme kontext:**
 - Díky mapovým pohledům Česká spořitelna začala vidět svou pobočkovou síť v širších a především pro byznys podstatných souvislostech.
- **Úspěch pobočky hodnotíme více kritérii:**
 - Rozšíření byznysových ukazatelů, které je třeba sledovat s čase a prostoru a to včetně definice, kdy je hodnota správně/špatně.
- **Kompletní přehled o fungování sítě a potřebách klientů:**
 - Máme konečně racionální vysvětlení, proč něco funguje nebo nefunguje.



2.14 Očekávané a splněné výsledky projektu

- **Klienti najdou službu tam, kde ji potřebují a kdy ji potřebují**
 - Máme potvrzeno, že klienti uzavřených poboček odcházejí méně, než je průměr za celou Českou spořitelnu.
- **Ušetřené náklady používáme k modernizaci a budování nových poboček**
 - Provoz pobočkové sítě stojí ročně několik miliard korun. Díky redukci nepotřebných poboček můžeme rychleji modernizovat a doplňovat pobočky, kde je potřeba.
- **Plně využíváme vlastní data**
 - Důležitou roli hrála při řešení projektu data z externích zdrojů, ale nejcennější byl pohled na vlastní data, která navíc nemusíte pořizovat a mohou sloužit dalším oddělením.

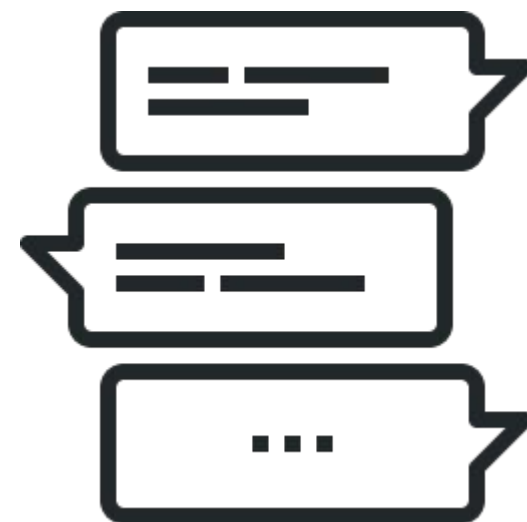


2.15 Všechno je o lidech

- Tým vedení pobočkové sítě se díky rozhodování na základě dat posunul od “těch z vedení z Prahy” po uznávané kolegy, kteří prostě vědí, jak na to.



3. Ptejte se na co chcete. Já snad na vše budu moci odpovědět.





**CLEVER°
ANALYTICS'**

lukas.puchrik@cleveranalytics.com

[Twitter.com/CleverAnalytics](https://twitter.com/CleverAnalytics)
[Facebook.com/CleverAnalytics](https://facebook.com/CleverAnalytics)
[LinkedIn.com/company/5325741/](https://linkedin.com/company/5325741/)
www.cleveranalytics.com