



infocom.cy

2019

Data Analytics & Customer Insights



Ξένια Κούρτογλου,
Founder & Managing
Partner



Αργυρώ Κοτσίκου,
Partner, Marketing
Manager



Surpassing
limitations
towards total
business
transformation



Profits

Three Key Questions:

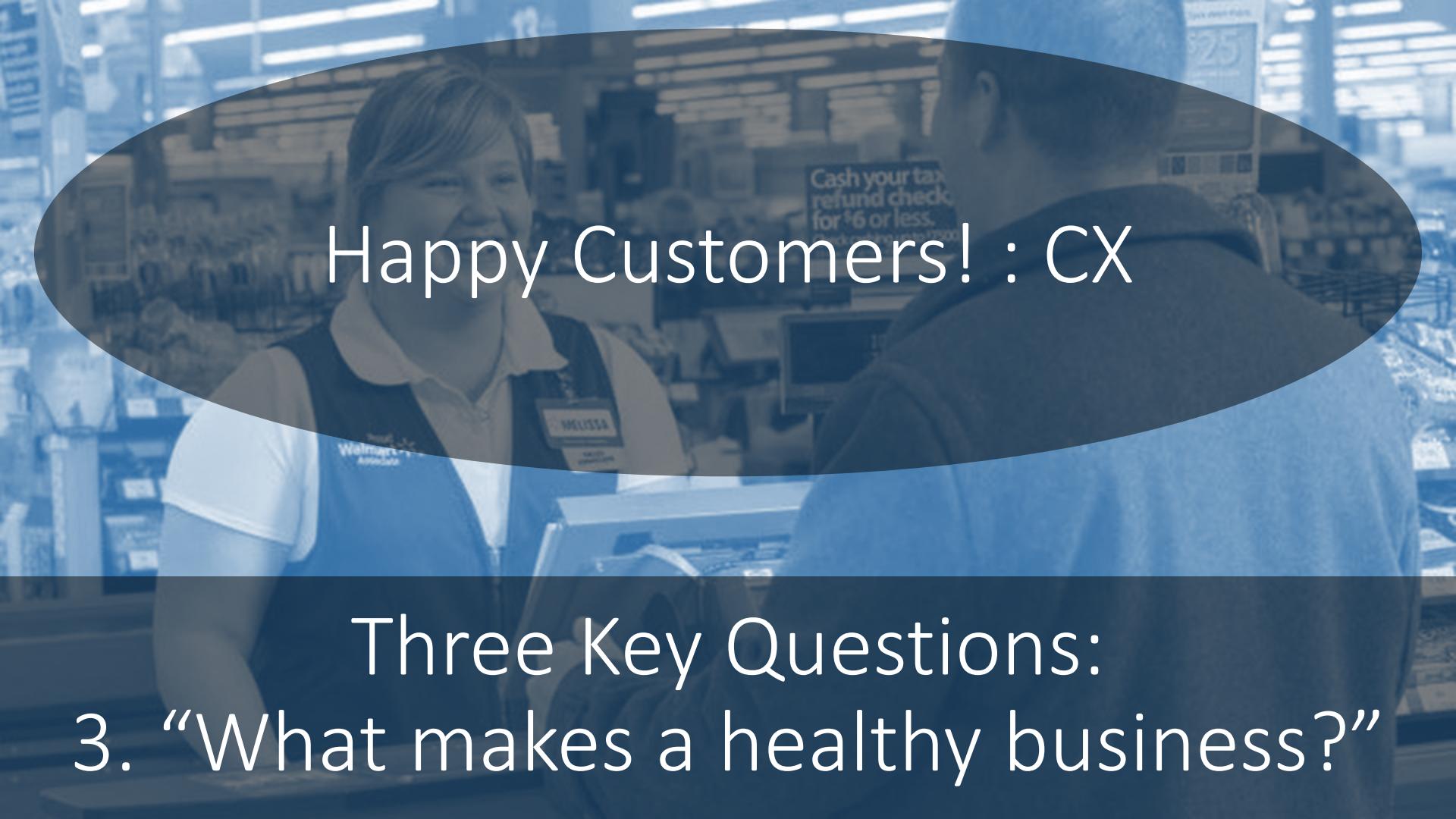
1. “What makes a healthy business?”



Customers

Three Key Questions:

2. “What makes a healthy business?”

A blue-tinted photograph of a woman in a Walmart vest, smiling and interacting with a customer. In the background, there's a sign that says "Cash your tax refund check for \$6 or less."

Happy Customers! : CX

Three Key Questions:

3. “What makes a healthy business?”

To engage your customers you first need to know them



Data
Analytics?

or

Consumer
Insights?



Google





GLASS

start
2012

Publicly
Announced



Glass Explorers invited



Do's and don't's
issued from google

End
2015

Promotion Suspended
in Retail



Data Analytics will...

Describe

Diagnose

Predict

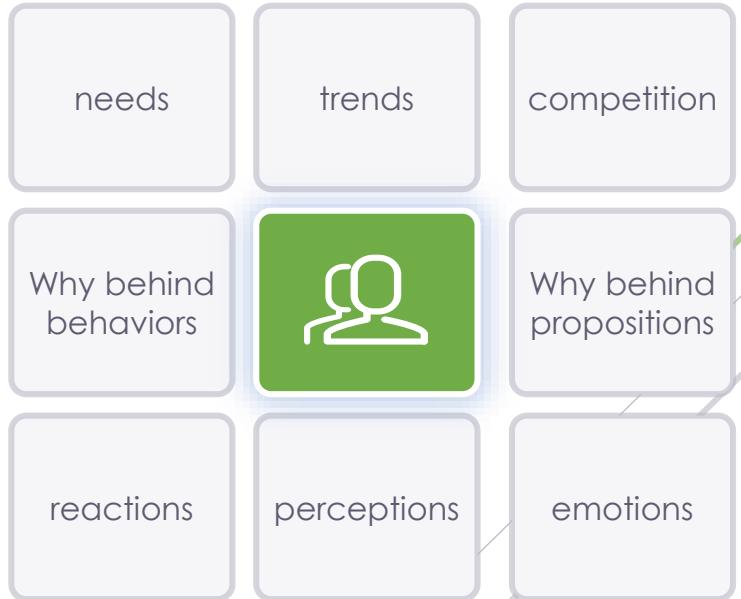
Optimize



Data Analytics will not...



Consumer Insights will...



Consumer Insights will not...



20%

...provide actionable data!

Target



Non Target



Combining the two “worlds”...

A composite image featuring a white robotic hand on the left and a human hand on the right, both reaching towards each other. They are positioned over a dark background with a subtle grid or mesh texture. The lighting highlights the hands and the interaction between them.

Seek patterns and ideas from data

Suggest new hypothesis for testing

Condense data into manageable insights

Integrate research results into models

Test forecasted predictions

Use qual to further understand data

Scale proposed ideas through quant

Share research results openly

CASE STUDY

Disengagement



ADVANCED
ANALYTICS



CUSTOMER
INSIGHTS



MAX
BUSINESS
IMPACT

PREDICTIVE
MODELING

USAGE &
ATTITUDE

STEP 1: DEFINE DISENGAGEMENT

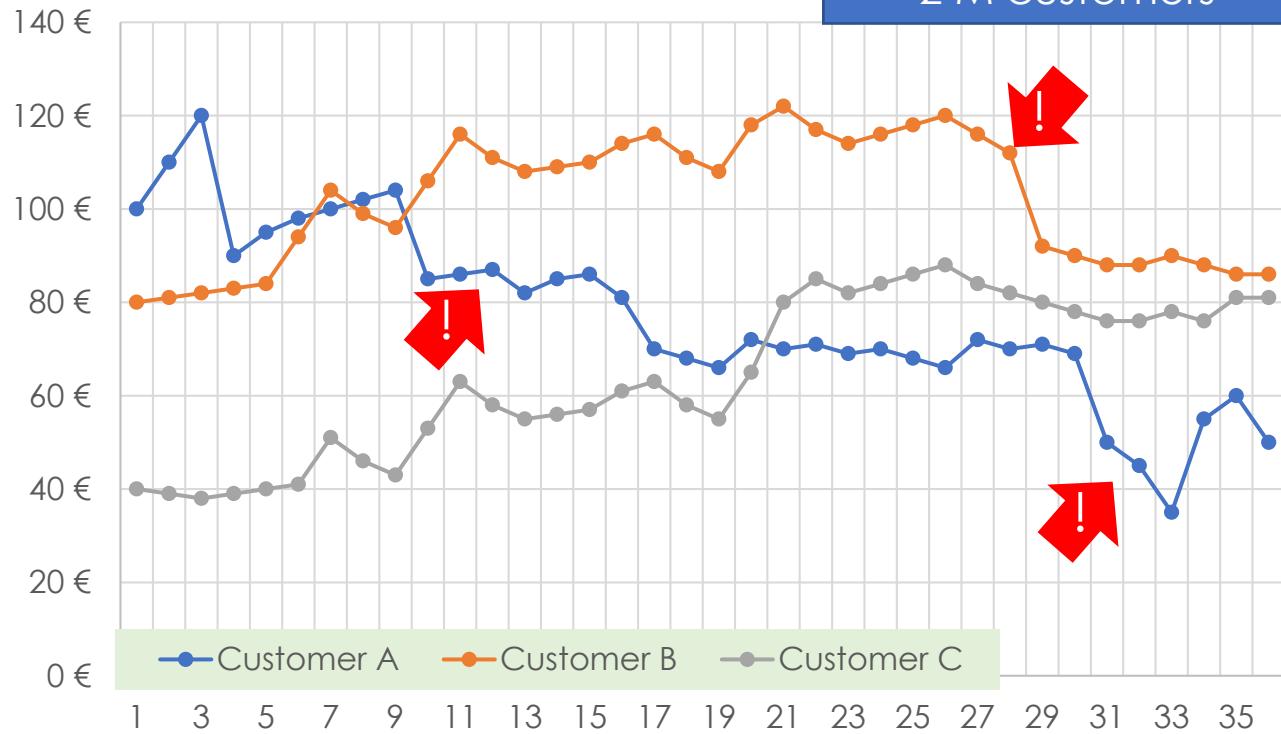
24 - 36 months
transactional history *
2-3 visits per month *
2 M customers



**Establish the
normalized
spending pattern
per customer**

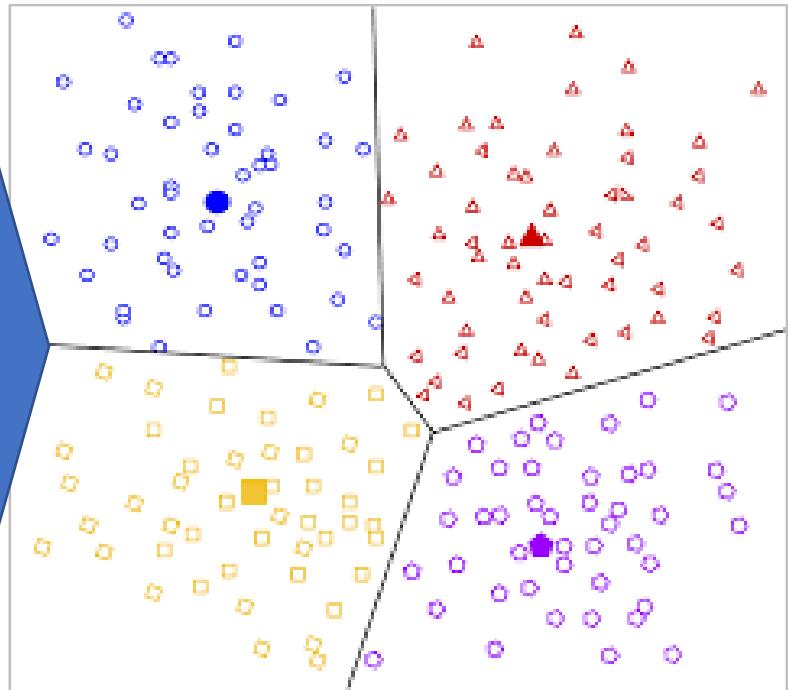


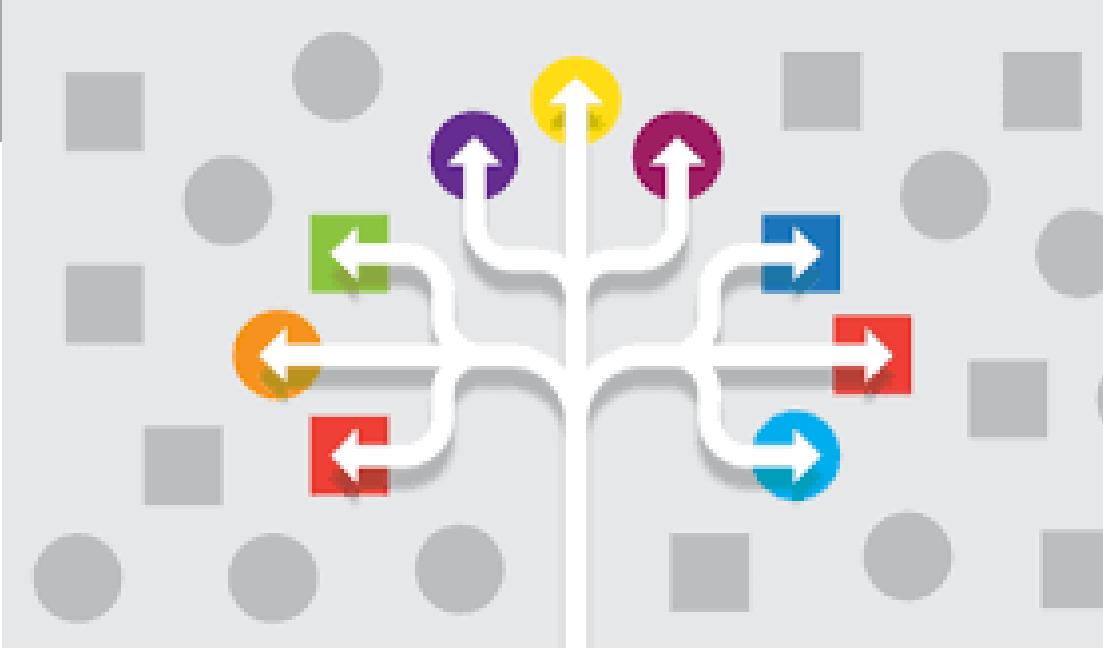
**Define the
universe of
customers
deviating from
their pattern**



STEP 2: DEEP DIVE INTO DISENGAGEMENT

- Customer Value
- Level & Timing of disengagement
- Changes in basket diversity
- Preferred Transacting Channel
- Pressure from competition...





STEP 3: UNDERSTAND WHY & HOW

- Actual vs. circumstantial disengagement
- Reasons for churn
- Activities to address disengagement and win back the customer

MEASURE BUSINESS IMPACT

STEP 5

- **10% lower attrition**
- **30% Increase in saved equity**
- **25% Volume Increase**

CASE STUDY

D-NPS



**CUSTOMER
INSIGHTS**

NPS



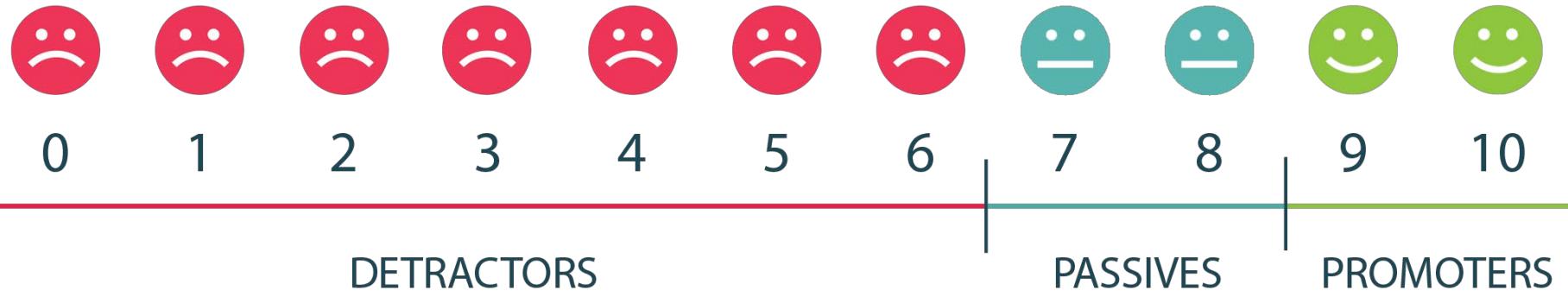
**ADVANCED
ANALYTICS**

**PREDICTIVE
MODELING**



**MAX
BUSINESS
IMPACT**

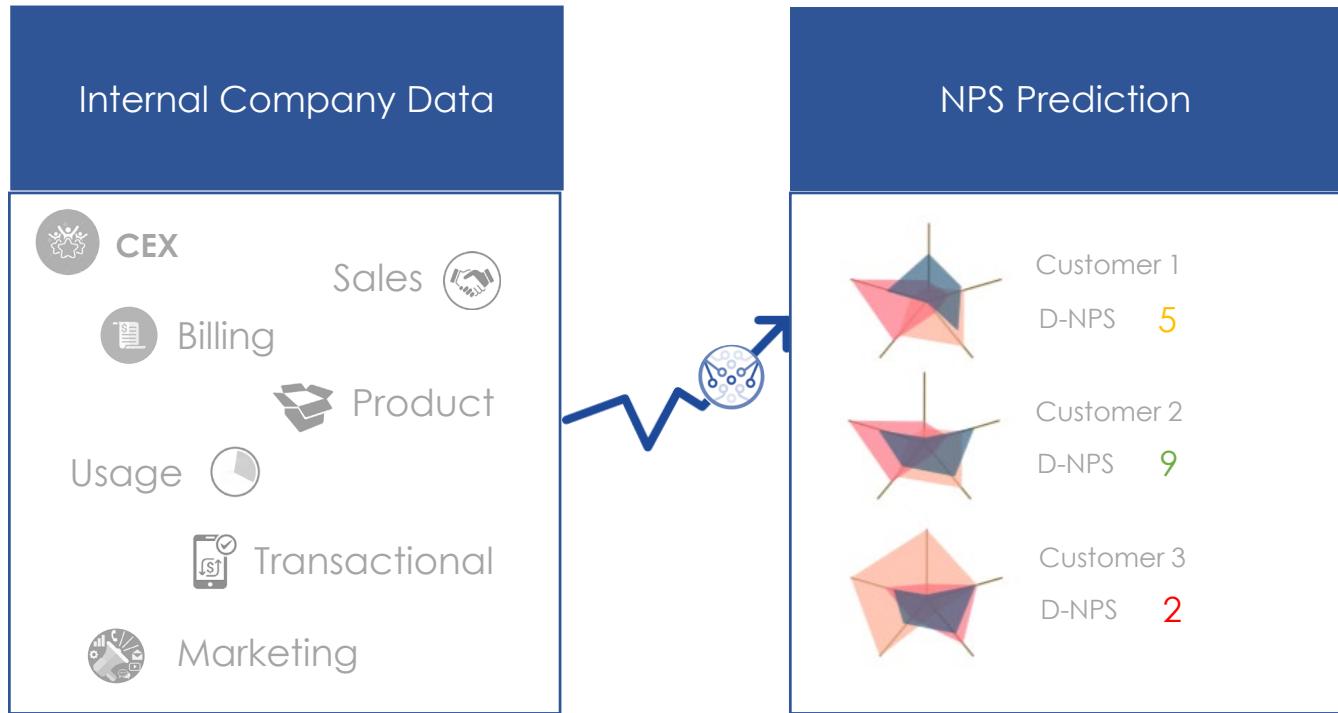
STEP 1: MEASURE NPS



$$\text{Smiley Face \%} - \text{Frowny Face \%} = \text{NET PROMOTER SCORE}$$



STEP 2: EXTRAPOLATE TO PORTFOLIO



STEP 3

ENABLE 360° CUSTOMER LEVEL ACTION THROUGH D-NPS



STEP 4

MEASURE BUSINESS IMPACT





Data Analytics



Consumer Insights

**Are the 2 sides of the same coin,
that helps you arrive at the mind
and the heart of your customers!**

Combining both lead to a total business transformation, completing the circle of Engagement Marketing, and...



...help all employees align for a common mission: an unforgettable, “WOW” CX



«Είχα πάει σε κατάστημα γνωστής αλυσίδας αθλητικών ειδών προκειμένου να πάρω ένα μαγιό για το κολυμβητήριο της κόρης μου. Στο ταμείο με ρώτησαν εάν θέλω σακούλα. Τους είπα όχι, πλήρωσα και έβαλα το μαγιό στην τσάντα μου. Πρέπει να πω ότι στο συγκεκριμένο κατάστημα έχω κάρτα επιβράβευσης πόντων. Στο δρόμο για το σπίτι χτύπησε το κινητό μου, το έβγαλα από την τσάντα μίλησα και συνέχισα το δρόμο μου. Όταν έφτασα σπίτι, ανακάλυψα με τρόμο ότι το μαγιό έλειπε από την τσάντα. Σκέφτηκα ότι μου έπεσε όταν έβγαλα το κινητό και ξεκίνησα να κάνω τον ανάποδο δρόμο μήπως το βρω κάπου κάτω. Όταν είχα σχεδόν πλησιάσει στο μαγαζί, χτύπησε πάλι το κινητό μου. Ήταν από το κατάστημα. Το είχε βρει ο SECURITY, γιατί τελικά είχε πέσει την ώρα που πήγα να το βάλω στην τσάντα μου. ΤΟ ΠΗΓΕ ΣΤΟ ΤΑΜΕΙΟ, ΚΑΙ ΑΠΟ ΤΟΝ ΚΩΔΙΚΟ η κοπέλα έψαξε στις πωλήσεις και αφού είχα κάρτα πιστότητας με βρήκαν και με ειδοποίησαν. EXOYN ANEVEI ΠΟΛΥ ΣΤΗΝ EKTIMHSH»



infocom.cy

2019

Data Analytics & Customer Insights



Ξένια Κούρτογλου,
Founder & Managing
Partner



Αργυρώ Κοτσίκου,
Partner, Marketing
Manager



Thank you!