

ENTENDER PARA TRANSFORMAR VIDAS

En ACTIONS ayudamos a Acción contra el Hambre a impulsar su crecimiento mediante una estrategia de Business Intelligence centrada en el donante.



ÁMBITO
Nacional



DISCIPLINA
Analítica
predictiva



SOLUCIÓN
Business
Intelligence



MÉTODO
Modelos
y scoring



EL RETO

Acción contra el Hambre necesitaba conocer en profundidad a sus donantes para mejora su experiencia, aumentar su fidelización y maximizar el impacto de sus campañas.



EL OBJETIVO

Diseñar un programa continuo de escucha que permitiera conocer mejor a sus donantes, optimizar la captación y fidelización, y mejorar la experiencia en cada punto de contacto.

NUESTRA SOLUCIÓN

Diseñamos una estrategia de Customer Intelligence basada en modelos predictivos que permitiera anticipar comportamientos futuros y apoyar la toma de decisiones:

- Integración de datos
- Modelización predictiva
- Segmentación avanzada
- Scoring predictivo
- Activación de campañas

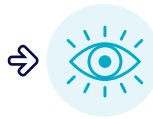
CÓMO LO HICIMOS



1

ENTENDER

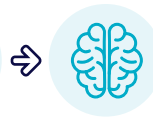
Auditoría y análisis de la información disponible



2

IDENTIFICAR

Identificación de variables relevantes



3

PREDECIR

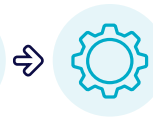
Construcción de modelos predictivos



4

PRIORIZAR

Generación de scores



5

SEGMENTAR

Segmentación operativa



6

ACTIVAR

Aplicación a campañas reales

RESULTADOS QUE GENERAN IMPACTO



70%

PRECISIÓN DE
LOS MODELOS



6-8

SEGMENTOS
PREDICTIVOS



6

VARIABLES
PRINCIPALES



100%

ORIENTADO A
DECISIONES

APRENDIZAJE

- Detección temprana de perfiles con riesgo de abandono.
- Identificación de colaboradores con mayor potencial de crecimiento.
- Personalización de campañas según el perfil del colaborador
- Optimización de recursos mediante analítica predictiva



MAYOR IMPACTO EN MÁS VIDAS

Los modelos predictivos transforman los datos en decisiones. Anticipar correctamente dónde actuar genera un impacto muy superior al de aumentar simplemente la intensidad de las acciones.