

# Predictive Analytics



SoftFinança®  
The smart software company



# A ANALÍTICA COMO FATOR DE DIFERENCIAÇÃO

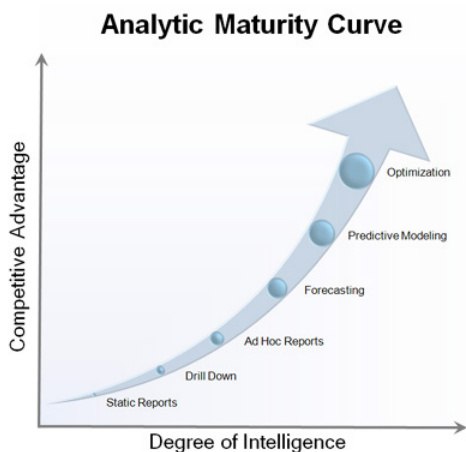
Em 2006 Thomas Davenport escreveu um artigo para a Harvard Business Review , “Competing on Analytics”, o qual assinala um marco na forma como a analítica deve ser olhada pelas organizações.

A visão traduzida neste artigo foi recentemente considerada uma das 12 mais importantes ideias de gestão da última década. O artigo foi igualmente considerado um dos 10 artigos de leitura obrigatória nos 75 anos de história da Harvard Business Review.

Em “Competing on Analytics”, Davenport afirma que as organizações para se diferenciarem competitivamente têm que fazer das decisões analíticas, e baseadas em factos, um elemento chave da sua estratégia.

Outro aspeto igualmente fundamental para que uma organização possa utilizar a analítica como fator de diferenciação, passa pela integração de analítica nos seus produtos e serviços bem como, em todas as atividades de interação com clientes e fornecedores, ao longo de toda a sua cadeia de valor.

A utilização de analítica preditiva é um componente crucial para a concretização desta visão,ela permite que a organização atinja níveis superiores de compreensão sobre os seus clientes e sobre o mercado.



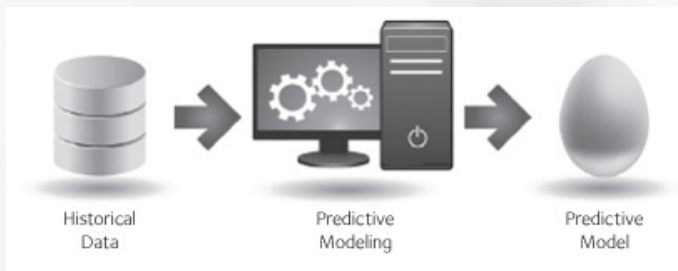
# ANÁLISE PREDITIVA O FUTURO HOJE

A Análise Preditiva é uma das vertentes do arsenal analítico ao dispor das organizações. Com ela, para além da tradicional utilização de dashboards e relatórios, torna-se possível determinar probabilisticamente a possibilidade de determinado evento vir a acontecer.

## CRIAÇÃO DE MODELOS PREDITIVOS

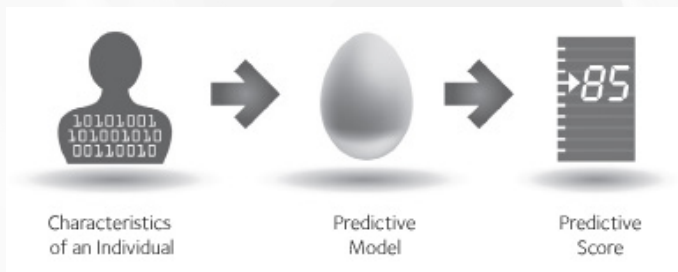
Através da análise de dados históricos, que revelam determinado comportamento ou evento, é construído um modelo estatístico capaz de prever a sua ocorrência futura.

Este modelo extrapola a aprendizagem dos factos passados projetando probabilidades de estes tornarem a acontecer, quando circunstâncias semelhantes vierem a ter lugar.



## UTILIZAÇÃO DE MODELOS PREDITIVOS

Na presença de conjuntos de novos dados de caráter semelhante, o modelo preditivo produz estimativas para a probabilidade dos comportamentos ou eventos que modela voltarem a ocorrer. O modelo projeta assim a experiência aprendida com o passado, revelando a tendência do futuro.

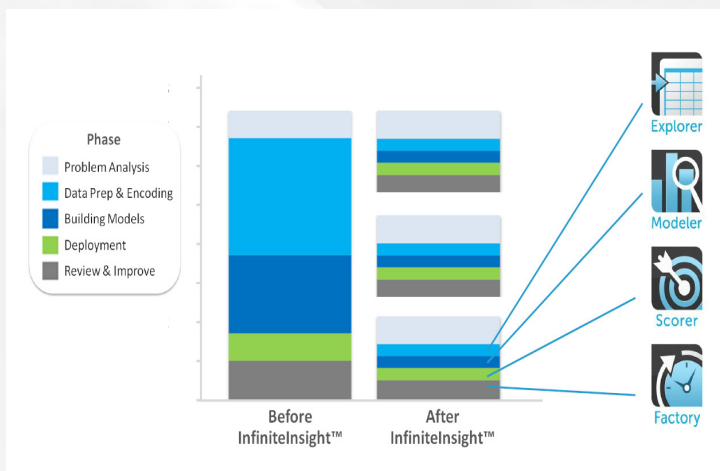


## MODELOS PREDITIVOS PARA TODAS AS SITUAÇÕES

- Quais os clientes mais propensos a responder a uma campanha de marketing?
- Qual o risco associado a um determinado cliente?
- Quais os clientes com maior probabilidade de deixar de pagar as suas obrigações para com a organização?
- Qual o melhor preço que um produto ou serviço deverá apresentar para determinado cliente?
- De que forma se agrupam os clientes, segmentos, com base nos seus dados demográficos, psicográficos ou comportamentais?
- Qual a próxima melhor oferta que pode ser servida a determinado cliente?

## INFINITE INSIGHT A ANÁLISE PREDITIVA DEMOCRATIZADA

Com as abordagens tradicionais à Análise Preditiva as organizações gastam mais de dois terços do tempo em atividades manuais, repetitivas e propensas ao erro humano. Igualmente estão dependentes de recursos especializados para essas atividades.



O Infinite Insight, vem democratizar a utilização da Análise Preditiva, provando ser possível automatizar muitas destas tarefas, diminuindo assim os tempos de meses para dias ou semanas, ao mesmo tempo que diminui o nível de conhecimento exigido para as desempenhar.

Estes ganhos traduzem-se numa maior difusão analítica na organização, quer pelo número de utilizadores que a ela passam a ter acesso, quer pelo maior número de modelos que é possível desenvolver no mesmo espaço de tempo.

## SAP InfiniteInsight™ Overview





SoftFinança<sup>®</sup>  
The smart software company

Rotunda de Catefica | Catefica  
2560-587 Torres Vedras | Portugal  
T.: +351 261 247 100  
softfinanca.com