IBM Data Science Elite

ESTUDO DE CASO





O IBM Data Science Elite ajuda o Grupo Carrefour a planejar a localização de lojas



Julien Boulenger Diretor de Inovação & Dados Grupo Carrefour

CASO DE USO

- Prever a rotatividade anual para supermercados novos e existentes
- Prever a rotatividade com base em local e concorrência
- Otimizar a seleção de novos supermercados

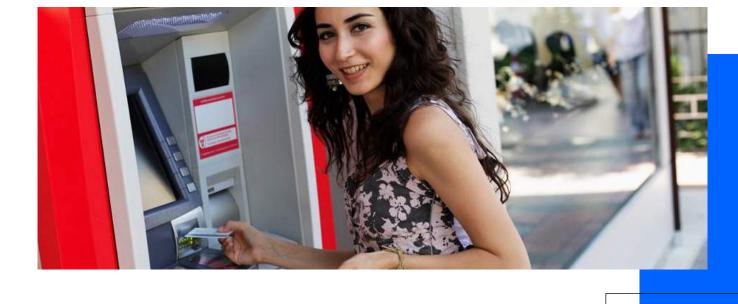
DESAFIO ÚNICO

- Paisagem competitiva em constante mudança
- Grande número de preditores
- Mudança da gerência histórico de tomada de decisão de forma manual

BENEFÍCIOS ESPERADOS

- Aumentar a precisão da previsão da rotatividade das lojas
- Obter lucros maiores com melhores investimentos em
- Dar suporte a outros casos de uso (otimização) em que é necessário aumentar a escala da automação

"A equipe da IBM que trabalhou com o CARREFOUR demonstrou prever a rotatividade das lojas com uma precisão aproximadamente 7% maior, em média, e em poucos minutos e não em 10 dias, em comparação com a metodologia atual.'



CASO DE USO

O Banco Macro desejava aprofundar suas relações com os clientes ao:

- Prever a capacidade de economia de clientes que podem precisar de crédito para cobrir uma fase de déficit ou de um produto de investimento para aproveitar fundos que estão sobrando Propor ao cliente uma oferta exclusiva para sua
- capacidade de economia, para ajudar a gerar depósitos ou oferecer crédito

O IBM Data Science Elite ajuda o Banco Macro a se aproximar dos clientes

DESAFIO ÚNICO Alta inflação na Argentina e aumentos nos pagamentos

anuais negociados com sindicatos levaram a saldos de contas altamente voláteis

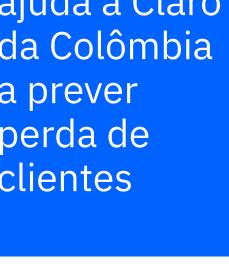
BENEFÍCIOS ESPERADOS

- Mais clientes usando o Macro como seu banco primário • Melhor retenção dos clientes mais lucrativos





O IBM Data Science Elite ajuda a Claro da Colômbia a prever perda de clientes



assinantes deixariam a empresa e identificando diferentes categorias de clientes perdidos e os fatores que geraram esse abandono da empresa

A Claro desejava continuar aumentando a base de clientes

no mercado de dados móveis pós-pagos prevendo quais

DESAFIO ÚNICO Cronograma de projeto extremamente curto para

satisfazer a restrição de orçamento do cliente

Volume gigantesco de dados diários que precisam ser agregados e subdivididos em amostras para uma exploração eficaz da ciência de dados

Uso de técnicas de aprendizado de máquina para descobrir os fatores principais que levam assinantes a desistir; sabe-se

que os motivos declarados pelos clientes não são confiáveis **BENEFÍCIOS ESPERADOS**

Ofertas mais eficazes e outras medidas para estimular clientes, que possivelmente deixariam a empresa, a ficarem

Ofertas com melhor direcionamento, reduzindo o "ruído"

que afeta assinantes que não correm riscos reais