



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



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 lojas
- Dar suporte a outros casos de uso (otimização) em que é necessário aumentar a escala da automação

Julien Boulenger
Diretor de Inovação & Dados
Grupo Carrefour

“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

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 o Banco Macro a se aproximar dos clientes



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

CASO DE USO

A Claro desejava continuar aumentando a base de clientes no mercado de dados móveis pós-pagos prevendo quais assinantes deixariam a empresa e identificando diferentes categorias de clientes perdidos e os fatores que geraram esse abandono da empresa

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; saber-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

