

Dossier de prensa

Abril 2008



Experian, vocación de liderazgo

En Experian somos especialistas en la **gestión y análisis de información** con el objetivo de ayudar a compañías y consumidores a tomar las decisiones más rentables.

Mediante la unión de datos, tecnología y capacidades analíticas transformamos la información en conocimiento estratégico, permitiendo a clientes y consumidores obtener una imagen clara y uniforme que les sirva de marco y referencia en sus procesos de toma de decisiones.

Clientes en 65 países de todo el mundo han confiado ya en Experian, que cuenta con 15.500 empleados.

El Grupo Experian cotiza en la Bolsa de Londres (EXPN) y forma parte del FTSE-100.

Con oficina central en Dublín (Irlanda), sus sedes operativas están en Costa Mesa, California y Nottingham (Reino Unido).

Oficinas en 36 países

Clientes en 65 países

15.500 empleados

Ventas mundiales: 2.800 Millones €

Nuestra oferta

La oferta de Experian se articula en dos grandes áreas de actividad:

- Herramientas para la gestión de **riesgo crediticio** y soporte a la toma de decisiones
- Herramientas para una **gestión eficiente de marketing**

Nuestra fortaleza y capacidades en ambas áreas representan una indudable ventaja competitiva y nos permiten ayudar a las compañías a las que damos servicio a fortalecer las relaciones con sus clientes, siempre bajo estrictos criterios de rentabilidad y minimización de riesgos.

Las divisiones que componen la compañía en España son:

Credit Services: bureau de crédito (información sobre insolvencia patrimonial y de crédito de personas físicas y jurídicas) y herramientas para la prevención del fraude

Decision Analytics: herramientas para la gestión del riesgo crediticio y soporte a la toma de decisiones

Marketing Solutions: calidad de datos y gestión de bases de datos orientadas a comunicaciones multicanal

Business Strategies: segmentación de consumidores, herramientas de micro y geomarketing y soluciones de retail planning

Experian FootFall: control de afluencia de visitantes a centros comerciales y consultoría para integración y análisis de datos

Gestión del Riesgo Crediticio

El mercado actual se caracteriza por un alto nivel de competitividad, donde los clientes exigen a las empresas respuestas rápidas y las entidades buscan la efectividad en todas sus decisiones. Contar con la información adecuada y saber gestionar dicha información es prioritario para que las organizaciones puedan responder a las necesidades de sus clientes al tiempo que mejoran la rentabilidad financiera.

Experian aporta información predictiva, capacidad analítica, de consultoría y de producto para ayudar a las entidades a gestionar y optimizar el riesgo de crédito; además de prevenir, detectar y reducir el fraude.

A la hora de tomar decisiones es fundamental el proceso de gestión y tratamiento de la información de cliente para permitir a las entidades tomar las decisiones correctas enfocadas a

cada perfil de cliente, teniendo en cuenta sus circunstancias individuales, con el objetivo de maximizar la rentabilidad y el rendimiento de cada relación.

La oferta de Experian cubre todas las fases del ciclo de vida del cliente desde el momento de admisión hasta la gestión y optimización del mismo, pasando por la gestión de deuda y hasta la prevención del fraude.

Toda entidad necesita asegurar que su proceso de admisión de clientes cumple con sus objetivos de negocio

Adquisición de clientes

Toda entidad necesita asegurar que su proceso de admisión de clientes cumple con sus objetivos de negocio. Se trata de un equilibrio entre la solvencia de los nuevos clientes y el crecimiento rentable de la cartera. Desde Experian, ofrecemos:

- **Sistemas de prospección y captación de clientes** que aúnan nuestras habilidades en gestión de marketing y valoración de riesgo. Para encontrar los clientes más valiosos y solventes.
- **Servicio de información negativa sobre solvencia patrimonial y crédito** de personas físicas a través nuestro servicio de bureau de crédito. Ofrecemos asimismo acceso a la información de bureaux de crédito internacionales. Conexiones a más de 80 bureaux de crédito en el mundo, muchos de los cuales disponen también de información positiva, es decir, no sólo información de morosidad sino también información sobre la situación crediticia completa de la población.

- **Modelos de scoring**, algoritmos estadísticos que determinan la solvencia de un cliente y su probabilidad de impago. Ayudan a obtener una visión fiable del perfil de la cartera de clientes con la que establecer estrategias de riesgo coherentes y efectivas.
- **Herramientas de proceso de solicitudes**, que permiten aplicar las estrategias de riesgo definidas en el momento de la solicitud del alta. Se emplean con el fin de valorar el nivel de riesgo de los solicitantes y ofrecerles una respuesta inmediata de admisión con una reducción de los costes.
- **Prevención de fraude** en el momento de la solicitud, para detectar una posible manipulación de los datos que aporta el solicitante (datos identificativos, bancarios y laborales).

Gestión del Riesgo Crediticio

Gestión de clientes

Nuestras soluciones responden a la simple premisa de que para crear un negocio rentable a largo plazo es necesario responder a las necesidades de tus clientes y, para ello, lo fundamental es conocerle s.

- **Modelos comportamentales de scoring**, para la gestión proactiva del cliente en función de la información de su comportamiento de pago.
- **Servicios personalizados de bureau de crédito** mediante procesos de consultas off-line, diseñados para la prevención del riesgo y seguimiento de la cartera de clientes.
- **Herramientas de valoración de clientes existentes**, que aprovechan toda la información sobre cliente para tener una visión completa de su comportamiento. De esta forma, la compañía podrá establecer acciones concretas y personalizadas a aquellos clientes que presenten el perfil más apropiado y rentable, lo que supondrá un impacto directo en su rendimiento financiero.
- **Gestión de deuda** mediante herramientas que facilitan la aplicación de las políticas de gestión de deuda maximizando los esfuerzos de recobro, reduciendo costes y buscando la eficiencia.

Optimización de clientes

Las empresas deben buscar formas de mantener a sus clientes, fidelizarles al tiempo que minimizan sus costes. La toma de decisiones debe ser consistente e integrada desde todas las áreas operativas de la organización

- **Optimización en la política de riesgos** con el fin de mejorar la eficiencia de las estrategias de riesgo aplicadas tanto en la fase de admisión como de gestión de clientes.

Para crear un negocio rentable a largo plazo es necesario responder a las necesidades de los clientes

En la actualidad, su mercado potencial es el mundo, pero también es el mercado del resto de las compañías. En la feroz competencia mundial, resulta crucial contar con datos exactos e integrados.

Innumerables organizaciones de todo el mundo utilizan aplicaciones y bases de datos compuestas por datos incoherentes, obsoletos o inexactos, lo que puede tener un impacto económico negativo.

Nuestras herramientas de calidad de datos, database marketing orientado a acciones multicanal, segmentación de consumidores, análisis de tendencias de consumo, marketing relacional y micromarketing permiten llegar a cada cliente en el momento adecuado, con el producto más idóneo.

Mediante la utilización de técnicas de análisis espacial y geomarketing ayudamos además a nuestros clientes a seleccionar la ubicación más idónea para su negocio o establecimiento.

Las soluciones Experian de control de afluencia de visitantes permiten valorar el rendimiento del punto de venta y planificar los recursos de forma más eficiente.

En definitiva, nuestro profundo conocimiento de consumidores, economías y mercados, nos convierte en el socio más adecuado para hacer más productivas las relaciones con sus clientes presentes y futuros, dotando a su negocio de una ventaja competitiva

Tan importante como contactar con un cliente es hacerlo en el momento idóneo, con el producto más adecuado y a través del canal más efectivo

Adquisición de clientes

Experian ofrece soluciones orientadas a la búsqueda y adquisición de nuevos clientes. Nuestras soluciones, basadas en herramientas de inteligencia de clientes (*consumer insight*), ofrecen información relevante y exacta que permite a nuestros clientes adoptar las decisiones más adecuadas para contactar con el cliente perfecto para sus productos o servicios

- **Prospección y captación de clientes**, mediante sistemas concebidos para funcionar como un canal alternativo de ventas. La utilización de módulos de gestión y optimización de bases de datos, segmentación, análisis de comportamiento del consumidor y gestión de riesgos, nos permiten definir el perfil de cliente más adecuado para su producto y la forma y canal más idóneos para conseguir que la captación sea un éxito.

Lead Generation

Concebido como un canal de ventas alternativo, Lead Generation permite una visión global del cliente potencial, gracias a la unión de las habilidades de Experian en gestión de marketing y valoración de riesgo.

El cliente únicamente necesita decirnos qué producto o servicio desea comercializar y a quién desea dirigirse. Nosotros nos ocupamos de todo lo demás:

- Generación y cualificación de la base de datos en función de variables de marketing y riesgo
- Selección del canal de marketing más adecuado
- Diseño y ejecución de campaña
- Análisis diario con el objetivo de adaptar o modificar la campaña en función de las respuestas obtenidas
- Feedback y análisis final de resultados

Gestión de clientes

Para realizar una gestión eficiente de clientes no basta con tener los datos adecuados, es además necesario saber interpretarlos de forma correcta y valorar su impacto en el negocio.

Experian ayuda a sus clientes a definir la forma más efectiva de utilizar este conocimiento para alcanzar sus objetivos comerciales y maximizar el impacto de sus campañas de marketing.



Herramienta de segmentación de consumidores conocida a nivel internacional que clasifica la población española en 11 grupos y 50+1 tipologías de consumidores. Permite conocer de una forma profunda las características de los hogares españoles y aquellas peculiaridades del entorno en el que se ubican.

Las tipologías Mosaic muestran actitudes y pautas de comportamiento asociadas a la compra de distintos productos y sectores de actividad, extrapolables a cualquier individuo que resida en el territorio nacional.

Del mismo modo, los indicadores sociodemográficos Mosaic permiten seguir la evolución cualitativa de la sociedad española teniendo en cuenta factores poblacionales y movimientos migratorios, entre otros.

Mosaic Transeúntes

Directorio con la información a nivel tramo de vía donde se reflejan los distintos motivos de tránsito en España.

Esta herramienta facilita la toma de decisiones para la ubicación óptima de un establecimiento de nueva apertura, la cuantificación del volumen de gente alrededor del punto de venta o la búsqueda de zonas con alto potencial de clientes.

- **Servicios de calidad e integridad de datos**, que permiten enlazar informaciones de distintas fuentes y con diversos formatos para obtener una visión del cliente única y coherente. Una adecuada calidad de datos permite aumentar las tasas de retención, reducir los costes asociados a una mala calidad de la información y maximizar el impacto de las acciones de marketing.
- **Gestión y optimización de bases de datos para acciones multicanal**, basadas en el diseño, desarrollo e implantación de plataformas operativas de gestión integrales, orientadas a llevar a cabo una política activa de marketing one to one que permita el envío de mensajes personalizados a través del canal más adecuado para cada audiencia.

- **Targeting**: nuestras soluciones de targeting le ayudan en la utilización correcta de sus datos para identificar insights y tendencias que le permitan determinar quiénes son los consumidores con mayor propensión a la compra y utilización de sus productos o servicios.
- **Soluciones de e-mail marketing**, que permiten el envío personalizado de e-mails con consentimiento previo del cliente. Para llevar a cabo sus esfuerzos de marketing y comunicación de la forma más rápida, obteniendo una mayor respuesta y, en definitiva, mayor rentabilidad

HispaCalle es la gran base de datos de conocimiento geo-postal desarrollada y actualizada por Marketing Solutions tras años de experiencia en procesos de calidad de datos. Formada por valiosas fuentes de información, HispaCalle es también el corazón de muchas otras aplicaciones: callejeros para la web, servicio de localización de oficinas, sistemas de geomarketing, etc.

Optimización de clientes

Un nombre, no un número. La investigación y análisis de resultados confirman lo evidente: la forma más eficaz de construir relaciones bilaterales con los clientes es tratarlos individualmente.

Experian ayudar a comprender el comportamiento de cada cliente y a definir estrategias coherentes y relevantes con las que cultivar relaciones a largo plazo.

Desde herramientas de *customer insight* y análisis de tendencias de consumo, hasta el soporte para la identificación de oportunidades de cross selling, las soluciones Experian de optimización y fidelización tienen por objetivo que las compañías a las que prestamos servicio pueda adelantarse a los deseos y necesidades presentes y futuras de sus clientes, para no poner límites a su relación con ellos.

- **Customer insight:** nuestras herramientas permiten conocer a los consumidores en profundidad. desde dónde viven y cuál es el canal más adecuado para comunicarse con ellos, hasta entender qué motiva sus compras.

Y podemos ayudarle también a entender qué fuerzas – sociales, económicas, tecnológicas, culturales y políticas – influyen y dan forma a nuestra sociedad, mercados e individuos.

- **Análisis microterritoriales,** que facilitan la detección de nichos de mercado, determinación de áreas de expansión o crecimiento o la realización de acciones comerciales y de marketing diferenciadas y adaptadas a las características específicas a cada área.

- **Servicios de consultoría,** que completan el círculo del marketing, permitiendo obtener un conocimiento preciso en cada fase de la estrategia de marketing de la compañía.

Experian ofrece, entre otros.

- Modelos predictivos de compra, respuesta y fuga
- Aplicación de scorings pre-campaña



Mediante el análisis integrado de datos (de carácter económico, político, estilos de vida, pautas de consumo y factores demográficos, entre otros) Future Foundation proporciona un profundo conocimiento sobre el consumidor y sobre las fuerzas – sociales, económicas, tecnológicas, culturales o políticas – que influyen y dan forma a nuestra sociedad, mercados e individuos.

Su servicio online, nVision, proporciona acceso ilimitado a todos los informes, tendencias y datos que componen su base de conocimiento.

Caracterizado por el rigor de sus análisis e investigaciones, su enfoque se concentra en el futuro y está diseñado para facilitar la evaluación y desarrollo de productos, estrategias y programas de marketing y comunicación en todo el territorio europeo.

Dentro de las distintas variables que contribuyen al éxito o fracaso de un negocio la más importante es la ubicación. Es la decisión que suele llevarse el grueso de la inversión y la que con mayor dificultad podremos subsanar en caso de habernos confundido. Paradójicamente, sin embargo, la experiencia demuestra que con frecuencia esta es la decisión que se toma de forma más intuitiva.

Mediante las herramientas Experian de planificación y optimización de redes de establecimientos comerciales (*retail planning*), ayudamos a nuestros clientes a ubicar sus puntos de venta, gestionar su rendimiento de forma efectiva, maximizar sus ventas, conocer a sus clientes con mayor profundidad y atraer a nuevos consumidores.



- Definición y análisis de áreas de influencia

Se considera un área de influencia la delimitación del área geográfica específica donde el nuevo establecimiento tendrá influencia (es decir, de la que podrá conseguir clientes), en función de su tamaño y características.

Esta área se analiza en función de: infraestructuras disponibles en la zona (por ejemplo, facilidad de acceso en coche, disponibilidad de parkings, etc.), actividad económica desarrollada en esta área (negocios, oficinas, empresas..., susceptibles de generar clientes), presencia de competidores, etc.

- Gestión del rendimiento, nuestras soluciones de gestión del rendimiento permiten controlar los niveles de afluencia de visitantes a centros comerciales, definir ratios de conversión, valorar la eficiencia de acciones de promoción y marketing y planificar los recursos de forma más eficiente.

- **Análisis de tendencias específicas para distribución minorista**, que permiten conocer la relación que los consumidores tienen con centros comerciales y puntos de venta, sus expectativas, aspiraciones y hábitos de compra.

- **Análisis de centros de distribución minorista de carburantes**, con información completa y permanentemente actualizada acerca de miles de estaciones de servicio. Entre otros, los datos recogidos incluyen: tamaño del establecimiento, características del mismo, ubicación, número de surtidores, tamaño de la zona de instalaciones complementarias, precio diario del combustible, tamaño y características de tienda o restaurante si los hay

Las soluciones Experian Footfall permiten a sus clientes a identificar oportunidades de negocio gracias al control del número de visitantes: centros y puntos de venta con potencial para incrementar sus niveles de afluencia, identificación de acciones para desarrollar este potencial y monitorización y cuantificación de los resultados de dichas acciones.

El **Índice Experian FootFall** publicado con carácter mensual en múltiples países, proporciona una imagen fiable de la evolución de las visita centros comerciales y comercios detallistas, y permitir analizar cómo distintos eventos afectan al sector minorista.

El alto número de establecimientos incluidos en la muestra y la variedad de sectores a los que éstos pertenecen, aseguran una imagen fiel de la evolución del sector.

Experian España
c/. Ombú, 3 – Plta. 1
28045 Madrid
Tel.: 91 530 03 70
Fax.: 91 528 65 07
www.experian.es



Contactos Prensa:

LEWIS PR

Virginia Sanz– virginias@lewispr.com

Marisa Orellana- marisao@lewispr.com

Tel: 91 770 15 16

EXPERIAN

Mayte Romo – mayte.romo@experian.es

Tel: 91 530 03 70

*Experian es una marca registrada en la UE
y otros países, y es propiedad de Experian Ltd.
y/o de sus empresas asociadas*