

# GEOINSIGHT

## GIS i praksis: Business Analyst sparer DnB NOR tid og penger

Finne det beste kartverktøyet til markedsføringen av "Bank i butikk"-konseptet.



**DnB NOR jaktet på et elektronisk kartverktøy** som kunne brukes i markedsføring av "Bank i Butikk"-tjenestene til selskapet. I stedet fant banken det geografiske analyseverktøyet Business Analyst (BA) som også kunne benyttes i prosjekter hvor de kunne endre og fornye sine banktjenester. Verktøyet er i ferd med å spare DnB NOR mye tid og penger.

Banknæringen er i endring. Store deler av tjenestespekteret leveres på nett og behovet for filialer er kraftig redusert. Men fortsatt er det behov for direktekontakt med kunden. DnB NORs "Bank i Butikk" har vært et vellykket og kostnads-effektivt konsept for å ivareta behovet. I dag finnes det 900 slike tilbud i butikker i Norge.

For å ha et godt beslutningsgrunnlag om hvordan bank-tjenestene skulle organiseres, benyttet DnB NOR tidligere prosjektrapporter med analyser presentert i regneark, samt data i tabeller og grafer. Dette gjorde prosessene både tidkrevende og uoversiktelige. Med Business Analyst, mener DnB NOR de har fått et verktøy som gjør arbeidet enklere.

– Konsekvensanalysene blir bedre og mindre tidkrevende, og verktøyet gir et enkelt og oversiktlig bilde over hvordan vi skaffer oss optimal markedsdekning gjennom lokalisering og tjenestetilbud. Alt blir svært konkret når det visualiseres gjennom kartbruk, og det gir oss muligheten til å se sammenhenger som ellers ville vært vanskelig å registrere, sier seniorkonsulent Morten Sveen i DnB NOR.

Til nå har DNB NOR brukt BA i rundt 40-50 etableringer av "Bank i Butikk", og alle prosjektene har i etterkant vist seg å være vellykkede. Selskapet har også brukt verktøyet i arbeidet med å omorganisere banktjenester på forskjellige steder i landet.

– Nå får vi kortfattede rapporter støttet av kraftfulle presentasjoner med visuelle virkemidler og muligheter for simulering og "levende" konsekvensanalyser. Vi reduserer kostnader til konsulenter og innkjøpte tjenester, og i stedet for å ta mange delvalg underveis, tar vi nå hele beslutningen i en operasjon, sier Sveen

For DnB NOR er det vanskelig å si eksakt anslag over besparelsene, men Sveen ser ikke bort fra at banken kan ha spart så mye som 500 000 kroner gjennom det året programmet har vært i bruk.

– Dessuten reduseres risikoen. Det kan være kostbart å reversere en beslutning som senere viser seg å være gal.

Business Analyst er et verktøy utviklet av Geosight. Verktøyet bygger på en modell fra ESRI og har blant annet data fra Statens Kartverk, bedriftsdata, trafikk-informasjoner, forbrukerinformasjon. BA kombinerer blant annet data om demografi, konkurrenter, trafikk, med virksomhetsdata. Alt blir deretter presentert med utgangspunkt i geografi.

– Verktøyet har blitt svært godt mottatt - spesielt varehandelen har tatt det i bruk for etableringsanalyse og konkurrentanalyse. Bedrifter ser i økende grad behovet for å besvare spørsmål som reises i forkant av en etablering med mer enn magesfølelsen, sier daglig leder Hege Støre i Geosight.


Men det er faktisk tilfeldigheter som gjør at DnB NOR har blitt en flittig bruker av Business Analyst det siste året.

– Interessen for programmet ble trigget da vi skulle rulle ut "Bank i Butikk". I markedsføringsarbeidet av det nye tilbudet var tanken å bruke kart som virkemiddel for å vise hvor disse butikkene lå. Slik kom vi i kontakt med GeoData og Geosight.

I stedet for å ende opp med et rent kartprogram, fikk DNB NOR tilbud om å teste ut det mer omfattende analyseverktøyet BA i en periode.

DnB NOR bestemte seg raskt for å kjøpe lisens.

– Den investeringen har vi tatt raskt inn igjen gjennom en mer effektiv bruk av tid, slår Sveen fast.



Interessen for programmet ble trigget da vi skulle rulle ut "Bank i Butikk".