

# Gerichte last-minutes aanbieden op basis van RFM-analyse

22-06-2015 07:30

*Welke gasten wil ik benaderen met een speciale last-minute aanbieding? Welke gasten hebben nog niet geboekt maar hadden dat in het verleden al wel gedaan? Welke gasten ontvangen een gratis flesje wijn bij aankomst? Vragen die door middel van RFM-analyse beantwoord kunnen worden. Niek Beimer, Product Manager van*



*Stratech, legt dit principe uit.*

De RFM-analyse is al tientallen jaren oud en vindt zijn oorsprong in de direct marketing. Op basis van deze analyses werden vanaf de jaren '70 door onder andere grote postorderbedrijven bepaald wie een brochure zou ontvangen. De brochure diende verstuurd te worden naar de klanten met de grootste koopintentie. Verzenden drukkosten waren hoog en door een goede analyse te maken probeerde men het maximale resultaat te realiseren op basis van een beperkte hoeveelheid brochures. Maar ook tegenwoordig kan de RFM-analyse nog goed toegepast worden. De RFM-analyse gaat uit van de volgende drie principes: **Recency**: Wanneer is de gast voor het laatst bij u verbleven? **Frequency**: Hoeveel boekingen heeft de gast in totaal gemaakt? **Monetization**: Wat is de totale omzet van de gast? De basis van de RFM-analyse is meer omzet halen uit bestaande gasten. Daarnaast is uit onderzoek gebleken dat gasten die recentelijk nog zijn verbleven en vaker geboekt hebben een grotere koopintentie hebben. **Kwalificeer uw gasten** Voor elke waarde van R, F en M krijgt de gast een score toegekend van 1 tot en met 5, waarbij 1 het laagst is en 5 het hoogst. De grenzen kunt u zelf bepalen en zullen per type bedrijf verschillend zijn. De score voor het aantal boekingen (Frequency) kan bijvoorbeeld als volgt vastgesteld worden: **Aantal boekingen Score** 1 1 2 t/m 5 2 6 t/m 10 3 11 t/m 15 4 > 15 5 Ook de scores voor Recency en Monetization kunnen op dezelfde manier vastgesteld worden. Wanneer de uitgangspunten van de scores bepaald zijn, kunt u deze eenvoudig toekennen aan een gast. De drie scores samen vormen de RFM-waarde van de gast. Wanneer een gast bijvoorbeeld score 3 haalt op Recency, score 2 op Frequency en score 2 op Monetization, wordt de RFM-score van deze gast 322. Het is belangrijk om de waarden in de juiste volgorde achter elkaar te zetten, RFM en bijvoorbeeld niet FRM. Recency is de belangrijkste factor. De hoogst haalbare waarde binnen de RFM-analyse is 555 de laagste is 111. Op basis van de scores worden 125 unieke cellen gecreëerd en elke gast wordt aan een cel toegekend. Door middel van sorteren en filteren kunnen eenvoudig bepaalde klantgroepen geselecteerd worden. **Aan de slag** In de praktijk kan de RFM-analyse erg eenvoudig in Excel gemaakt worden. Vanuit uw reserveringssysteem, (bij Stratech-RCS o.a. het Enterprise pakket), kunt u de volgende gegevens eenvoudig exporteren: Gast Nummer Aantal dagen sinds aankomst

A	B	C	D
Gast nummer	Dagen sinds aankomst laatste boeking	Aantal boekingen	Totaal omzet
2037	-26	15	33.125,60
2768	177	15	18.036,22
3021	-187	22	28.011,13
4313	101	39	34.428,05
4463	-81	17	19.295,96
7607	-124	15	16.275,74
9379	23	18	26.904,12
100957	-19	15	25.256,85
5680	-102	23	7.855,10

De negatieve getallen zijn aankomsten in de toekomst. In Excel kunt u via de 'sorteer-functie' eenvoudig de juiste scores koppelen aan de juiste waarden en de RFM-waarde berekenen. [caption id="attachment\_36930"

A	B	C	D	E	F	G	H	I
Gast nummer	Dagen sinds aankomst laatste boeking	Aantal boekingen	Totaal omzet	Recency	Frequency	Monetary score	RFM	
2037	-26	15	33.125,60	5	5	5	150	
2768	177	15	18.036,22	5	5	5	150	
3021	-187	22	28.011,13	5	5	5	150	
4313	101	39	34.428,05	5	5	5	150	
4463	-81	17	19.295,96	5	5	5	150	
7607	-124	15	16.275,74	5	5	5	150	
9379	23	18	26.904,12	5	5	5	150	
100957	-19	15	25.256,85	5	5	5	150	
5680	-102	23	7.855,10	5	5	5	150	

laatste boeking Aantal boeking

Voorbeeld RFM-

waarde (klik voor vergroting)[/caption] **Welke gasten wil ik benaderen met een speciale last-minute aanbieding?** Om antwoord te geven op de eerste vraag, filtert u iedereen die de laatste 365 dagen (of in de toekomst) niet verbleven heeft en een Frequency score heeft van minimaal 3 eruit. Mijn resultaat:

71 van de 5199 records zijn gevonden.

Actie: laat ik deze 71 gasten maar eens benaderen met een leuke last-minute aanbieding! **met dank aan:** Niek Beimer, product manager [Stratech Automatisering](http://Stratech Automatisering) telefoon: 053 - 480 40 80 Wanneer u eenmalig het model heeft vastgesteld is het zeer eenvoudig om de data bij te werken en acties uit te voeren op basis deze data. Ontvangt u graag een voorbeeldanalyse die u zelf wilt aanvullen met uw eigen data? Stuur dan een e-mail met als onderwerp 'RFM' naar [m.gerrits@stratech.nl](mailto:m.gerrits@stratech.nl).