

Introdução a Técnicas de Scoring

15 e 16 de Outubro



Case Study 1

Um grande grupo de telecomunicações pretende avaliar os motivos de saída e reter os principais clientes. O objectivo é encontrar indicadores avançados que indiquem a eventual saída de clientes, por segmento, e desenvolver políticas de retenção a esses clientes.

1. Definir objectivo: Diminuir o *churn* numa empresa de telecomunicações. O atrito numa carteira é importante já que a perda de clientes obriga a à sua reposição (que é extraordinariamente elevada). Mais, os novos clientes gastam menos que os clientes mais experientes.
2. Adoptar uma abordagem de *customer analytics*. Formular hipóteses que permitam antecipar a saída de clientes.
3. Utilizar técnicas de *data mining* para reunir informação dos clientes e enriquecer o processo de análise com outras informações.
4. Efectuar uma análise de dados de forma a definir um *score* que indica a propensão de saída de um dado cliente no próximo mês.
5. Utilizar a análise para direccionar com mais precisão a campanha de retenção.
6. Avaliar a evolução da taxa de manutenção de carteira.

Case Study 2

Este *case study* baseia-se no problema de crédito *scoring* de indivíduos. As organizações do sector recebem milhares de propostas todos os dias, precisam por isso de sistema que os ajude a avaliar quais as propostas a aceitar e a recusar. Sistemas automáticos são especialmente úteis na banca, sobretudo no contexto de Basileia II. O termo de *credit scoring* está associado aos métodos estatísticos que classificam os possíveis devedores em várias classes de risco, no caso em concreto apenas duas classes: bons e maus.

1. Definir objectivo: Avaliar quais os indivíduos que vão cumprir com as suas obrigações contratuais.
2. Adoptar uma abordagem de *customer analytics*. Formular hipóteses que permitam antecipar o incumprimento dos clientes.
3. Utilizar técnicas de *data mining* para reunir informação dos clientes e enriquecer o processo de análise com outras informações.
4. Efectuar uma análise de dados de forma a definir um *score* que indica o incumprimento.
5. Avaliar a evolução da taxa de manutenção de carteira.

Objectivos

- Encarar os modelos estatísticos essenciais na obtenção de informação de risco e no apoio à tomada de decisão nas organizações;
- Traduzir o comportamento e escolhas dos consumidores em problemas de risco de crédito;
- Desenhar modelos de *scoring*;
- Debater e definir métodos, técnicas e instrumentos qualitativos e quantitativos de recolha de informação, interpretando os limites de cada abordagem;
- Aplicar técnicas estatísticas de análise com recurso a *software* de folha de cálculo;
- Interpretar os resultados e retirar conclusões.

Programa

1. Resumo de avaliação de modelos de crédito
2. Desenvolvimento de um modelo de avaliação de crédito
 - 2.1 Organização dos dados
 - 2.2 Análise exploratória
 - 2.3 Especificação de modelos
 - Regressão logística
 - Árvores de decisão
3. Interpretação de modelos
4. Comparação de modelos - análise do poder discriminatório

Destinatários

Profissionais envolvidos na avaliação de modelos de *scoring*, modelos de *churn*, analistas de risco e técnicos de subscrição, especialistas em lealdade e fidelidade de clientes.

Formadores

Filipe Charters de Azevedo
Manager de Advisory (Performance Improvement). Actualmente é responsável pela área de *Client Profiling* na PwC. Tem desenvolvido a sua actividade em estudos de opinião e mercado, estatística e *data mining*.

César Gonçalves
Partner da Divisão de Auditoria. Revisor Oficial de Contas. Membro do Comité Técnico da PwC. Docente no Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa (ISCAL). Instrutor em inúmeras sessões de formação interna e externa no âmbito das IFRS promovidas pela PwC. É detentor do Certificado de Aptidão Pedagógica (CAP) emitido pelo IEFP.

Condições

- Preço: 1.500 € não clientes e 1000 € clientes PwC
- Desconto de 10% para duas ou mais inscrições
- Horário: das 09:00 às 18:00, incluindo almoço
- Local: escritórios da PwC em Lisboa

Informações

PwC ACADEMY
Tel: 213 599 175
Fax: 213 599 991

pwc.academia@pt.pwc.com
www.pwc.com/pt/formacao