

Преимущества персонализированных взаимодействий



Решение IBM® Predictive Customer Intelligence позволит вам обеспечивать эффективные взаимодействия с клиентами:

- собирая значимую информацию о клиентах из внутренних и внешних источников
- используя предиктивный анализ для выбора лучшего предложения для конкретного клиента в нужное время – на web-сайте, в магазине или в приложении
- предоставляя лучший метод удовлетворения потребностей клиентов для любого канала взаимодействий.



Вот один из примеров:

1. Натали заходит на web-сайт розничной компании, который предлагает бонусные баллы всем посетителям.
2. Она регистрируется на сайте. Решение идентифицирует Натали и показывает ей mp3-плееры, основываясь на ее демографических характеристиках, истории посещений и информации о покупках в магазинах компании.
3. Натали видит скидку на плеер Surf Force MP3 XR32-Silver. Предиктивное моделирование позволило определить, что именно этот плеер Натали купит с наибольшей вероятностью, исходя из ее покупательского поведения. Кроме того, этот плеер есть в наличии и к нему применима скидка.
4. Натали переходит по ссылке на описание товара, добавляет плеер в корзину – и классифицируется как посетитель, ищущий специальные предложения. Она видит новые предложения для смартфона и бонусных баллов.
5. Натали игнорирует их, оплачивает плеер и классифицируется как покупатель.
6. На следующий день Натали открывает приложение на смартфоне для просмотра сайта магазина и видит специальную цену на аудиосистему Wave 33 для mp3-плееров. Эта цена предлагается ей и другим покупателям mp3-плееров на основе информации о просмотре товаров и покупательском поведении.
7. Натали покупает аудиосистему через приложение. Теперь она классифицируется как повторный покупатель и получает новое предложение – скидку в 10% на ресивер для домашнего кинотеатра. Это предложение основывается на ее покупательском поведении.
8. Перед тем как закрыть приложение, она внезапно добавляет в корзину телевизор высокого разрешения, но потом удаляет его из корзины. Чуть позже на своей странице в Facebook она видит рекламу, предлагающую купить телевизор высокого разрешения с 15%-ной скидкой. Удалив телевизор из корзины, она попала в категорию клиентов, отменивших покупку, и поэтому заинтересовалась такой скидкой и хочет узнать больше об этом предложении и о телевизоре высокого разрешения.
9. Она обращается в компанию по телефону, чтобы узнать, действует ли скидка при покупке в магазине. Специалист по обслуживанию клиентов сообщает, что скидка будет действительна, и предлагает Натали выбрать время посещения ближайшего магазина компании для изучения товара.
10. Натали приходит в магазин, ей нравится телевизор высокого разрешения, и она покупает его со скидкой, которая сохранена в приложении на ее смартфоне.

Хотите получить преимущества персонализированных взаимодействий?

Узнайте больше: <http://www.ibm.com/analytics/ru/ru/business/predictive-customer-intelligence.html>

* Web-сайт Forbes, 13 сентября 2013 года

© Copyright IBM Corporation 2014. IBM, логотип IBM и ibm.com являются товарными знаками корпорации IBM, зарегистрированными во многих юрисдикциях по всему миру. Другие названия продукции и услуг могут являться товарными знаками IBM или других компаний. Актуальный список товарных знаков IBM представлен на странице «Информация об авторских правах и товарных знаках» по адресу www.ibm.com/legal/copytrade.shtml.

