

Customer 360 Insights d'Informatica

Bénéfices

- Comblent l'écart entre les données, l'analyse et les actions grâce à des informations et des perspectives contextuelles
- Connecter des fragments de données issues de toutes sources pour ajouter du contexte à une vision à 360 degrés de vos clients
- Gagner en visibilité sur les relations complexes et multidimensionnelles que vous entretenez avec vos clients

Plateforme intelligente de données clients pour un engagement client à grande échelle, pertinent et contextuel

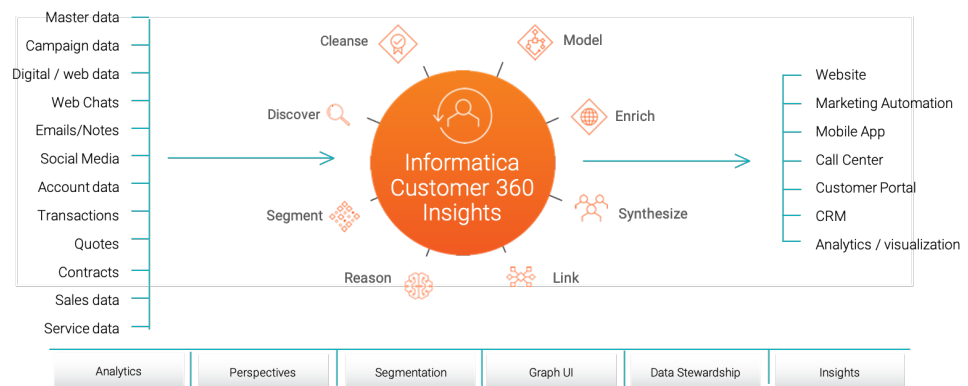
Les sociétés de toutes tailles subissent une pression immense pour se démarquer de la concurrence grâce aux expériences qu'elles offrent. Les changements radicaux apportés aux stratégies marketing, les nouveaux modèles économiques et les capacités digitales vous permettent d'obtenir plus facilement les informations dont vous avez besoin. L'afflux de données nécessite une solution qui vous aidera à collecter intelligemment des informations à grande échelle afin de favoriser l'engagement des clients de manière pertinente et contextuelle.

Première plateforme intelligente de données clients (CDP) du secteur alimentée par l'intelligence artificielle (IA), Customer 360 Insights d'Informatica® permet des interactions personnalisées et davantage centrées sur le client. En créant un enregistrement client qui englobe toutes les données structurées et non structurées, Customer 360 Insights offre une meilleure visibilité des relations de votre entreprise avec ses clients, ce qui favorise une amélioration du service, une augmentation des revenus des ventes croisées et une réduction des coûts globaux du système informatique.

En reliant les données et en rapprochant les enregistrements clients, puis en reliant et en associant les sources de données élémentaires, Customer 360 Insights crée des profils clients plus élaborés, que les entreprises peuvent utiliser pour développer des campagnes marketing sur-mesure, optimiser l'expérience client et personnaliser les offres de vente.

Data Sources

Consuming Systems



La solution Customer 360 Insights, qui repose sur une architecture de micro-services et un modèle de déploiement SaaS, est alimentée par une technologie de pointe comprenant l'IA, le Machine Learning et des data stores en graphe, ce qui simplifie et accélère le processus de transformation des données en informations qui facilitent la prise de décision.

Caractéristiques

Mouvements de données — Analyse des données structurées, non structurées et semi-structurées dans leur format d'origine (y compris les données de tiers telles que les données sociales, les relevés de la SEC, les réponses aux enquêtes, etc.). Aucun traitement préalable de type extraction-transformation-chargement n'est nécessaire.

Unification des données et résolution d'identité — Le Machine Learning identifie automatiquement et associe de manière contextuelle toutes les données relatives aux clients, prospects et comptes connus et inconnus. Créez des profils clients complets pour bénéficier d'une compréhension détaillée à partir d'ensembles de données auparavant isolés, divers, épars et fragmentés, le tout avec précision, rapidité et à grande échelle.

- Identité multilingue extrêmement précise
- Découverte de connexions non évidentes
- Visualisation des relations
- Gestion de milliards d'enregistrements à grande échelle et avec des performances optimales

Informations et segmentation — Exploite l'IA (NLP) pour identifier et déduire des informations qui peuvent être utiles pour mieux comprendre les préférences, les intentions et les sentiments des clients. Outre la fiabilité du profil, les informations recueillies permettent de définir des segments ciblés qui donnent lieu à des campagnes marketing et à des interactions hyperpersonnalisées tout au long de la relation avec le client et sur plusieurs canaux.

- Déterminer et extraire des informations à partir de données
- Détermination des attributs spécifiques au segment
- Segmentation basée sur des critères comportementaux, démographiques, firmographiques, psychographiques et géographiques

Perspectives — Offre des perspectives adaptées aux besoins, ce qui permet aux utilisateurs d'avoir une vision unique de leurs clients, tout en étant conscients de l'importance du respect du consentement. En appliquant des règles de gouvernance et en définissant des scores de confiance, plusieurs visions du client peuvent être présentées selon les attributs clés les plus pertinents pour chaque cas d'usage et rôle unique de l'utilisateur.

- Restrictions en matière de consentement et de confidentialité (alléger la responsabilité de chaque consommateur en aval)
- Une seule étape de collecte et de traitement permettant de prendre en charge plusieurs consommateurs et cas d'usage (marketing, opérations et détection des fraudes)

Fonctions étendues de normalisation et de standardisation des données — Fournit des fonctions avancées de normalisation et de standardisation des données, y compris la translittération des langues, la standardisation des adresses et la normalisation des fonctions et des descriptions de postes, entre autres.

Synthèse avancée et rapprochement des données – Utilise le traitement du langage naturel et des techniques avancées de rapprochement des données statistiques pour synthétiser une vision globale à 360 degrés du client à partir de données disparates et éparses. Il utilise un algorithme de Machine Learning génétique pour optimiser les paramètres de rapprochement pour un profil de données spécifique d'un client.

Prise en charge de la qualité des données à grande échelle – Prise en charge de la qualité des données grâce à un rapprochement par lots et automatisé pour une meilleure scalabilité. Basé sur une pile Big Data, Customer 360 Insights tire parti de la scalabilité innée des technologies modernes pour donner un sens à des volumes extrêmement importants de données relatives aux clients et aux transactions. Il utilise Apache Hadoop, Spark, des data stores en graphe, en colonnes et en mémoire avec l'IA, le traitement du langage naturel et le Machine Learning, et allie ainsi la gestion des données et la technologie d'analyse au sein d'une architecture de Data Lake. Pour aider les responsables à prendre des décisions, un tableau de bord de la qualité des données fournit des détails sur l'exhaustivité et l'exactitude des données tels que l'adresse e-mail ou le numéro de téléphone par le biais d'un système source.

Customer 360 Insights bénéficie du savoir-faire d'Informatica, leader sur le marché en matière de gestion des données :

- Informatica Data Integration – Connexion aux sources de données et aux applications/systèmes sous-jacents, insertion/extraction des données de CDP en temps réel ou par lots et à grande échelle
- Informatica Data Quality – Détection et correction des problèmes de qualité pour garantir la qualité des données
- Informatica DaaS – Vérification et enrichissement des données personnelles des clients grâce à la vérification de l'adresse e-mail et du numéro de téléphone, à la géolocalisation mondiale et aux données sociodémographiques

Principaux bénéfices

La solution Intelligent CDP d'Informatica aide les entreprises B2C et B2B à accroître leur chiffre d'affaires provenant de leurs clients nouveaux ou existants, en améliorant l'efficacité de leurs campagnes marketing et en ciblant leurs initiatives commerciales sur la base d'une connaissance approfondie des clients et des comptes. Les entreprises bénéficient d'une automatisation alimentée par l'IA et de capacités pilotées par les machines pour améliorer en permanence le rapprochement et la qualité des données, la segmentation et l'analyse, le dimensionnement et les performances. L'IA réduit les opérations manuelles et décharge les utilisateurs, qui peuvent ainsi consacrer plus de temps à l'exploitation de données hautement connectées et d'informations plus détaillées.

Action

Customer 360 Insights détecte et détermine des attributs intelligents relatifs aux clients et les conserve dans l'enregistrement client, comblant ainsi le fossé entre les données, l'analyse et la prise de décision. Il utilise des fonctions d'analyse prédéfinies conçues pour enrichir l'enregistrement client et préparer les données pour l'analyse avancée.

- Indicateurs : déterminent les habitudes des clients, par exemple, les indicateurs de perte de clients et les actions de fidélisation, à partir des transactions et des interactions avec les services
- Parcours : regroupe l'ensemble des interactions, des transactions et des événements au sein d'un parcours client détaillé pour permettre d'analyser et de personnaliser l'expérience des clients
- Prévisions : permettent de connaître le parcours de chaque client et appliquent des algorithmes de Machine Learning pour prédire la prochaine interaction éventuelle de chaque client

À propos d'Informatica

La transformation digitale fait évoluer les attentes : meilleurs services, livraisons plus rapides, à moindre coût. Les données sont la clé de la réussite des entreprises, et ces dernières doivent évoluer pour rester compétitives.

En tant que leader mondial dans la gestion des données Cloud d'entreprise, nous sommes prêts à vous guider de manière intelligente – quel que soit le secteur, la catégorie ou la niche. Informatica vous permet de prendre une longueur d'avance pour gagner en agilité, concrétiser de nouvelles opportunités de croissance ou même innover. Nous nous concentrons sur les données afin de vous offrir la polyvalence nécessaire pour réussir.

Découvrez nos solutions et libérez tout le potentiel de vos données en vue de la prochaine révolution intelligente.

Contexte

Afin de fournir un contexte pour les analyses et la visualisation externes, Customer 360 Insights relie des fragments de données provenant de toutes les sources et s'intègre à d'autres outils d'analyse avancés, tels que SAS, Python, R et Tableau.

Les modèles d'analyse peuvent également être intégrés au cadre de réflexion de la solution pour être exploités au cours du traitement, en temps réel ou par lots. Cette solution permet également de déployer des classificateurs de Machine Learning et des stratégies d'expertise pour « réfléchir » aux données clients et les enrichir de manière continue.

Les données clients ainsi enrichies peuvent ensuite être exploitées pour alimenter des analyses clients avancées (micro-segmentation, analyse RFM, analyse du panier de consommation, etc.) et pour accroître l'efficacité des campagnes.

Pertinence

Customer 360 Insights permet d'offrir plusieurs points de vue à partir d'une même source fiable, de représenter les relations (y compris les structures hiérarchiques complexes) entre les clients et de réaliser des analyses graphiques en temps réel sur les clients et les données hiérarchiques associées.

Au fur et à mesure que les enregistrements clients sont créés pour former une version unique de la vérité, des visions multiples d'un même client peuvent être analysées selon la perspective la plus pertinente pour le marketing, les ventes, les finances, les opérations et d'autres équipes – afin qu'elles puissent se concentrer sur ce qui est le plus important pour elles.

L'utilisation des capacités d'une base de données graphique permet également de créer des enregistrements pour les entreprises. Il peut s'agir, par exemple, de fournisseurs, de sous-traitants, de partenaires, d'institutions, d'agents, de courtiers et d'informations hiérarchiques détaillées sur les services et les ventes. De plus, des hiérarchies B2B complexes peuvent être identifiées pour soutenir la planification des comptes et le marketing.

Une plate-forme de données de veille client pour le B2C et le B2B

[Customer 360 Insights](#) d'Informatica ajoute l'intelligence artificielle et le Machine Learning à une vue client fiable, ce qui permet aux entreprises d'être plus centrées sur le client et d'offrir la meilleure expérience possible. Customer 360 Insights aide les entreprises dans les secteurs de l'assurance, de la banque, de la vente au détail, de l'hôtellerie, etc., à personnaliser leurs interactions, à offrir un service plus rapide, à augmenter leurs revenus provenant des ventes croisées, à être conforme aux réglementations relatives aux informations clients telles que le RGPD et à réduire les coûts globaux du système informatique.

