

La personnalisation respectueuse de la confidentialité est l'avenir de l'expérience client

Principaux bénéfices

- Améliorer votre productivité grâce à l'accès aux données en libre-service
- Augmenter votre agilité avec une vue à 360 degrés de vos données d'entreprise
- Stimuler votre chiffre d'affaires et votre rentabilité grâce à des modèles d'IA plus précis
- Optimiser l'efficacité opérationnelle grâce à des workflows simplifiés
- Protéger la confidentialité des données et garantir la conformité réglementaire

Accélérez la transformation digitale grâce à la puissance d'Intelligent Data Management Cloud d'Informatica

Les attentes des consommateurs en matière de capacités digitales ont considérablement augmenté à la suite de la pandémie de COVID-19. Cela est dû en grande partie aux clients autrefois fidèles aux magasins physiques qui, par nécessité absolue, ont rejoint les amateurs du digital pour acheter tous les produits et services imaginables en ligne. Ces novices du digital exigent le même niveau de personnalisation de l'expérience d'achat dont ils bénéficiaient dans les établissements physiques.

La compréhension des sentiments, des comportements, des attitudes et des préférences en matière de confidentialité des consommateurs digitaux n'a jamais été aussi importante que pendant cette période de relance et d'ajustement à la suite de la pandémie. Les consommateurs d'aujourd'hui sont plus attentifs à la confidentialité, à tel point que cette dernière est en train de devenir un facteur de différenciation important. Ils exigent que les marques respectent leur vie privée et protègent les données qu'ils partagent de manière proactive avec elles. Les spécialistes marketing doivent élaborer des stratégies pour établir des liens plus forts avec les clients tout en appliquant des mesures pour respecter leur confidentialité. Si cela n'est pas fait correctement, les principes fondamentaux du marketing, comme la « personnalisation », risquent de nuire à la réputation et au chiffre d'affaires de la marque.

Solutions MarTech (technologies de marketing digital)

Post-pandémie, l'explosion des données digitales s'accompagne de difficultés importantes pour les marques qui souhaitent rester compétitives dans cette économie digitale. Les marques doivent proposer des solutions clés pour obtenir un avantage concurrentiel en faisant preuve de réactivité à l'évolution des demandes des consommateurs et des conditions du marché. Grâce à l'accès à des données fiables et complètes, les spécialistes marketing peuvent prendre en charge de nombreuses initiatives stratégiques, notamment les suivantes :

Vente incitative en fonction de la propension du client

- Identifier la propension du client à acheter/vendre et effectuer des ventes croisées/incitatives de produits en analysant le comportement de l'acheteur
- Mettre en œuvre la vente incitative au niveau d'un point de contact en utilisant le profil client, les informations produit, les offres marketing et les scripts pertinents

Intégration et analyse de l'utilisation multicanale

- Intégrer les données provenant de différents canaux d'interaction avec les consommateurs et analyser ces données intégrées
- Fournir des données et des analyses unifiées à tous les points de contact pour rendre les expériences clients opérationnelles et transparentes

Marketing personnalisé et ciblé/Personnalisation des produits

- Observer les modèles de personnalisation du marketing, identifier le segment cible et positionner les produits en conséquence
- Exploiter les informations de tiers ainsi que les données de transaction/dépense des clients pour offrir des services personnalisés spécifiques à chaque client

Veille concurrentielle

- Réagir rapidement pour optimiser les ventes et les marges grâce à l'ajustement en temps réel des prix et des promotions
- Effectuer le suivi des tarifs et des promotions de la concurrence sur le Web et les comparer aux données historiques de tarification pour fournir des informations supplémentaires
- Utiliser les services de localisation pour assurer une veille stratégique régionale

Points faibles des MarTech

Alors que les marques mettent en place des cas d'usage de marketing digital, elles doivent surmonter les défis auxquels les spécialistes marketing sont confrontés en matière de gestion, de compréhension et d'utilisation des données qui entravent leur capacité à offrir une expérience client de qualité supérieure.

- Opportunités manquées d'exploiter la valeur des données pour prendre de meilleures décisions : l'absence de source unique de vérité en raison des silos de données nuit à la productivité des spécialistes marketing chargés d'apporter de la valeur aux consommateurs
- Augmentation de la perte de clients en raison des difficultés à identifier les changements dans les habitudes des consommateurs, les préférences de canaux et les comportements d'achat
- Inefficacité de l'ajustement des tarifs et des promotions en raison de l'incapacité à effectuer une analyse en temps réel de données disparates
- Coûts d'exploitation plus élevés en raison de processus inefficaces et d'un manque d'automatisation ou d'optimisation
- Exigences en matière de conformité aux réglementations sectorielles en constante évolution et aux initiatives de conformité
- Difficulté à acquérir et à gérer la confiance des consommateurs en raison des délais de réponse à leurs préoccupations en matière de confidentialité des données
- Incapacité à offrir des expériences transparentes et cohérentes entre différents points de contact en raison des visions cloisonnées des données
- Incapacité à monétiser les données en raison d'un manque de cohérence et de normalisation des données

Stratégie de données connectées pour les marques

Pour saisir de nouvelles opportunités, agir rapidement et offrir une expérience client de meilleure qualité, les spécialistes marketing ont besoin d'une stratégie de données complète et robuste qui connecte les capacités des données, telles que la collecte de données internes et les échanges de données de tiers, et qui apporte une source unique de vérité à travers les silos disparates, en exploitant en temps voulu des données fiables de haute qualité et en répondant aux exigences de confidentialité. Cette stratégie doit inclure des mesures permettant aux spécialistes marketing de mieux connaître les données et de favoriser la culture des données afin d'améliorer la prise de décisions basées sur les données. De plus, elle doit encourager la modernisation des applications de données et d'expérience client dans le Cloud pour réagir plus rapidement, avec agilité et évolutivité. Ladite stratégie doit aussi intégrer des moyens d'améliorer l'efficacité opérationnelle de la collecte, l'intégration, la normalisation et la livraison de toutes les données pertinentes en relation avec les applications et les systèmes de marketing appropriés.

Vous pouvez mettre en œuvre cette stratégie de données intégrée et connectée avec la solution Intelligent Data Management Cloud (IDMC) d'Informatica®. IDMC est la première plate-forme de gestion de données de bout en bout, complète, Cloud native et optimisée par l'IA du secteur, qui offre une agilité accrue, des coûts réduits et une meilleure efficacité opérationnelle grâce à l'automatisation intelligente des fonctionnalités de gestion de données.

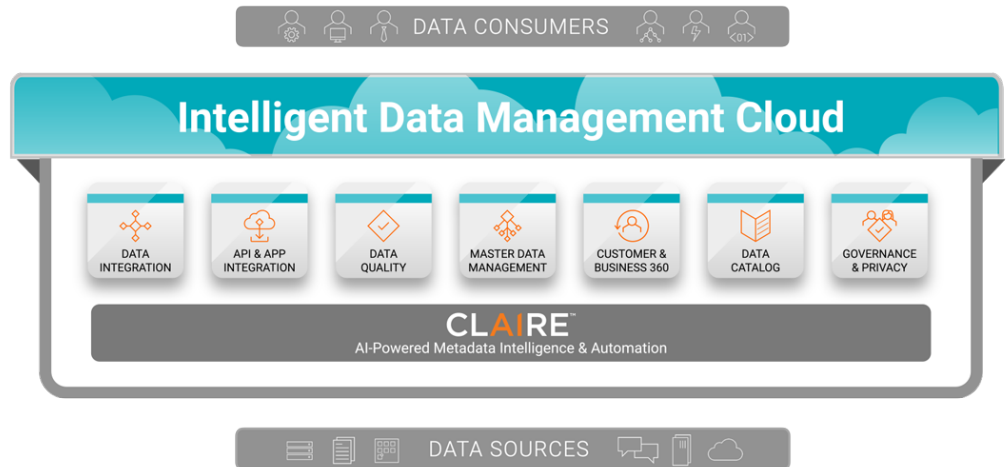


Figure 1 : Exploitez le potentiel des données avec Intelligent Data Management Cloud d'Informatica.

Avantages pour les marques MarTech

La plate-forme IDMC d'Informatica offre une large gamme de solutions intelligentes aux spécialistes marketing, leur apportant les avantages détaillés ci-dessous.

Avec une vue client à 360 degrés intelligente

Optimisez l'engagement et les interactions. Identifiez la meilleure action à entreprendre ou la prochaine offre incontournable à proposer, fournissez des interactions hautement personnalisées pour améliorer la satisfaction des clients en appliquant l'IA et le ML aux données sur le comportement des clients afin de déduire les attributs, les attitudes et les événements de la vie.

Améliorez la fidélisation des clients. Augmentez la valeur tout au long du cycle de vie du client et la rentabilité (part du portefeuille), maximisez le taux d'acceptation et réduisez le taux d'attrition en identifiant les zones de friction et en vous adaptant aux informations étayées par les données.

Renforcez l'acquisition de clients. Améliorez l'acquisition de clients, la génération de prospects et les taux de conversion, réduisez les coûts d'acquisition et augmentez la part de marché en fournissant des conseils sur l'offre spécifique à faire et sur la meilleure façon de la personnaliser.

Avec l'intégration de données intelligente

Prenez des décisions plus rapides et plus avisées grâce à une vue complète des données.

Accélérez l'unification et l'enrichissement des données disparates sur les plans géographique, organisationnel et technologique afin de fournir des vues globales des données à votre CRM, à la plate-forme de données clients et à d'autres applications MarTech pour prendre des décisions éclairées et précises.

Avec la gouvernance intelligente des données

Offrez une expérience client cohérente sur tous les canaux. Assurez-vous que vos applications d'expérience client sont alimentées par les données les plus précises, les plus opportunes et les plus précieuses en nettoyant, en normalisant, en mettant à disposition et en fournissant des données fiables.

Avec la protection intelligente de la confidentialité des données

Répondez de manière proactive aux exigences des consommateurs en matière de confidentialité.

Gérez les risques liés aux données, respectez les réglementations et renforcez la confiance des consommateurs en repérant, classant et protégeant leurs informations personnelles, y compris à travers la gestion des droits et du consentement des personnes concernées.

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 d'entreprise dans le Cloud, 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.

Avec une data marketplace intelligente

Autorisez le libre-service grâce à une data marketplace. Offrez une expérience d'achat de données conviviale, en mettant à disposition de vos analystes des données fiables, favorisant ainsi le libre-service et la création de valeur.

Exemples de clients en action

SulAmérica consolide les données de police d'assurance tout en personnalisant le service dans tous les domaines d'activité et l'agilité du Cloud

SulAmérica est la plus grande compagnie d'assurance indépendante du Brésil, avec un portefeuille de produits qui concernent la vie, la santé, les soins dentaires ainsi que les pensions de retraite privées et la gestion d'actifs. Au moment de se lancer dans une initiative de transformation digitale, SulAmérica s'est tournée vers Informatica et Salesforce, en utilisant des applications Cloud pour soutenir la croissance de l'entreprise et réduire les coûts informatiques. Informatica aide SulAmérica à consolider plusieurs plates-formes CRM afin de fournir une vue unique et complète des clients, basée sur des informations fiables provenant de tous les domaines d'activité. En disposant d'une source unique de données clients, SulAmérica peut se conformer à la loi brésilienne sur la confidentialité des données (LGPD), ce qui lui permet d'utiliser les données clients dans les analyses et les campagnes de vente afin d'accroître l'efficacité marketing, de créer de nouvelles campagnes clients et d'améliorer le service client.

HSB améliore l'expérience client tout en réduisant les coûts et les risques

L'entreprise Hartford Steam Boiler Inspection and Insurance Company (HSB) est reconnue comme leader dans le domaine de l'assurance en cas de panne d'équipement, dans le domaine des services d'inspection, de la réduction des pertes et de la gestion des risques basée sur l'ingénierie pour les entreprises, les maisons et les fermes. Ses clients sont des transporteurs, des courtiers, des agents et des titulaires de police d'assurance. Informatica aide HSB à connecter plusieurs domaines de données, fournissant ainsi aux experts en données des informations fiables pour créer de meilleurs modèles prédictifs permettant de déterminer si une réclamation doit être refusée, acceptée ou étudiée. La visibilité accrue sur des données fiables de localisation et de réclamation permet d'améliorer le service client, de réduire les coûts, de réduire l'exposition aux risques et d'améliorer la précision des prix basés sur les risques.

Intelligent Data Management Cloud d'Informatica pour les spécialistes marketing

La solution Intelligent Data Management Cloud d'Informatica offrant l'accès à des données intelligentes et fiables, les spécialistes marketing sont en mesure d'évoluer au rythme des clients d'aujourd'hui sur tous les canaux, proposant ainsi des expériences exceptionnelles tout en respectant les exigences de confidentialité. Son architecture native Cloud offre l'évolutivité, les performances et l'automatisation nécessaires pour traiter les volumes croissants de données et répondre aux exigences en temps réel de diffusion d'offres et de contenu critiques au bon moment, via le canal approprié, aux bons clients. Grâce à un meilleur accès aux données et aux informations, les spécialistes marketing peuvent offrir des expériences plus personnalisées et pertinentes, tout en réduisant le taux d'attrition et en augmentant la valeur tout au long du cycle de vie du client.

Étapes suivantes

En savoir plus sur [Intelligent Data Management Cloud](#) d'Informatica.

