

# Personalização com consciência de privacidade é o futuro da experiência do consumidor

## Benefícios principais

- Otimize a produtividade com autoatendimento no acesso a dados
- Aumente a agilidade com uma visão 360 graus de seus dados em toda a empresa
- Impulsione a receita e a lucratividade com modelos de IA mais precisos
- Estimule a eficiência operacional com fluxos de trabalho simplificados
- Proteja a privacidade de dados e garanta a conformidade regulatória

## Acelere a transformação digital com o poder do Intelligent Data Management Cloud da Informatica

As expectativas digitais dos consumidores aumentaram drasticamente com o início da pandemia de COVID-19, impulsionada em grande parte por clientes que já foram fregueses de lojas físicas e que, por necessidade absoluta, juntaram-se aos entusiastas digitais nas compras on-line de todos os produtos e serviços imagináveis. Os novatos do mundo on-line exigem o mesmo nível de experiência personalizada de compra que estavam acostumados a receber de estabelecimentos físicos.

Compreender os sentimentos, comportamentos, atitudes e preferências de privacidade do consumidor digital nunca foi tão importante quanto agora durante este período de recuperação e ajustes pandêmicos. Os consumidores modernos estão mais conscientes da privacidade, na medida em que ela está se tornando um diferencial importante. Eles exigem que as marcas respeitem a privacidade e protejam os dados que são compartilhados de forma proativa com a marca. Os profissionais de marketing devem desenvolver estratégias para construir conexões mais significativas com os clientes enquanto implementam medidas de respeito à privacidade. Se não for feito corretamente, os fundamentos do marketing, como "personalização", correm o risco de diminuir a reputação e receita da marca.

## Soluções de MarTech

A explosão de dados digitais pós-pandemia apresenta desafios significativos para as marcas que desejam continuar competitivas na economia digital atual. As marcas devem oferecer soluções essenciais para obter vantagem competitiva respondendo às demandas do consumidor e às condições de mercado em constante evolução. Com acesso a dados completos e confiáveis, os profissionais de marketing podem abordar muitas iniciativas estratégicas, incluindo:

### Propensão/vendas adicionais do cliente

- Identifique a propensão do cliente a comprar/vender e fazer vendas cruzadas/adicionais de produtos analisando o comportamento do comprador
- Operacionalize a venda adicional no ponto de contato usando o perfil do cliente, informações do produto, ofertas de marketing e scripts relevantes

### Integração e análise de uso multicanal

- Integre dados de vários canais de interação do consumidor e faça análises desses dados integrados
- Entregue dados e análises unificados para todos os pontos de contato para operacionalizar experiências perfeitas do cliente

### **Marketing personalizado e direcionado/Personalização de produto**

- Observe os padrões de personalização de marketing e identifique o segmento alvo, posicionando os produtos de acordo
- Use informações de terceiros juntamente com dados de transações/gastos do cliente para oferecer serviços personalizados específicos para cada cliente

### **Inteligência competitiva**

- Reaja rapidamente para maximizar vendas e margens com preços em tempo real e ajustes de promoção
- Acompanhe preços competitivos e promoções na web e compare com dados históricos de preços para oferecer informações adicionais
- Utiliza serviços de localização para oferecer inteligência de negócios regionais

## **Pontos de dor de MarTech**

À medida que as marcas permitem casos de uso de marketing digital, é preciso superar os desafios que os profissionais de marketing enfrentam no gerenciamento, compreensão e uso dos dados que prejudicam a capacidade de oferecer a melhor experiência do cliente.

- Oportunidades perdidas de aproveitar o valor dos dados para tomar melhores decisões — a falta de uma única fonte de verdade entre os silos de dados prejudica a produtividade dos profissionais de marketing responsáveis por entregar valor aos consumidores
- Aumento da rotatividade de clientes devido a dificuldades em identificar mudanças nos padrões, preferências de canal e comportamentos de compra do consumidor
- Preços ineficazes e ajustes de promoção devido à incapacidade de conduzir análises em tempo real de dados díspares
- Maior custo de operações devido a processos ineficientes e falta de automação ou otimização
- Demandas para estar em conformidade com as regulamentações e iniciativas de conformidade em evolução do setor
- Dificuldade em ganhar e gerenciar a confiança do consumidor devido a atrasos das respostas às questões dos consumidores sobre privacidade de dados
- Incapacidade de oferecer experiências consistentes e sem problemas em diferentes pontos de contato devido a exibições não integradas de dados
- Incapacidade de monetizar dados devido à falta de consistência e padronização de dados

## **Estratégia de dados conectados para as marcas**

Para aproveitar novas oportunidades, agir com rapidez e oferecer as melhores experiências do cliente, os profissionais de marketing precisam de uma estratégia de dados abrangente e robusta que conecte recursos de dados — como coleta de dados próprios e trocas de dados de terceiros — e permita uma única fonte de verdade entre silos distintos, alavancando dados de alta qualidade, confiáveis e oportunos, e atendendo às demandas de privacidade. Esta estratégia deve incluir medidas que permitam aos profissionais de marketing obter conhecimento de dados e impulsionar a cultura de dados para que as tomadas de decisão sejam melhores e baseadas em dados. Ela deve impulsionar a modernização das aplicações de dados e experiência do cliente (CX) na nuvem para respostas mais rápidas, com a agilidade e a escala de que você precisa. Ela deve incorporar os meios para melhorar a eficiência operacional na coleta, integração, padronização e entrega de todos os dados relevantes para sistemas e aplicações de marketing relevantes.

Você pode obter essa estratégia de dados integrados e conectados com o Informatica® Data Management Cloud (IDMC). O IDMC é uma plataforma pioneira e completa de gerenciamento de dados nativa da nuvem, abrangente e orientada por IA, que oferece maior agilidade, custos reduzidos e eficácia operacional por meio de automação inteligente de recursos de gerenciamento de dados.

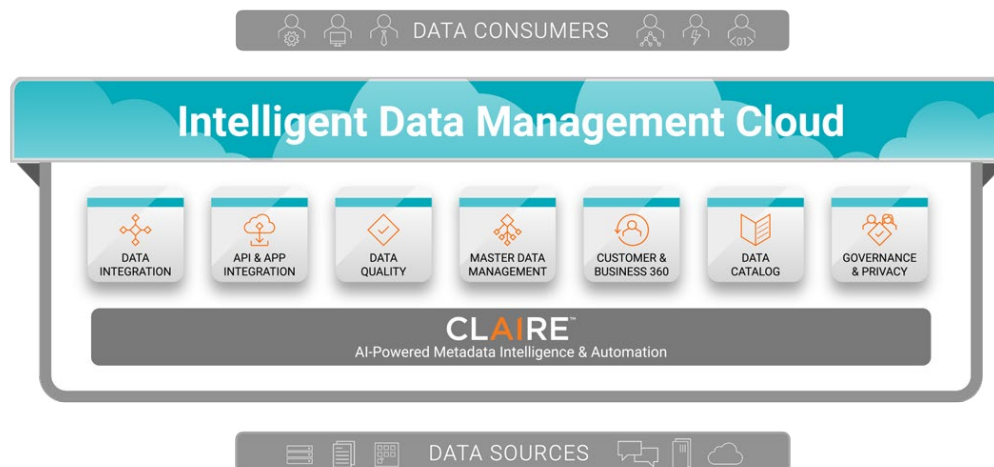


Figura 1: Libere o potencial dos dados com o Informatica Intelligent Data Management Cloud.

## Benefícios para marcas de MarTech

O IDMC da Informatica oferece uma ampla gama de soluções inteligentes para que os profissionais de marketing aproveitem os benefícios abrangentes detalhados abaixo.

### Com o Intelligent Customer 360

**Otimize o engajamento e as interações.** Identifique a próxima melhor ação/melhor oferta, ofereça interações altamente personalizadas para melhorar a satisfação do cliente aplicando IA/ML aos dados de comportamento do cliente para inferir atributos, atitudes e eventos de vida.

**Aumentar a retenção e fidelidade de clientes.** Aumente o valor da continuidade (CLV) e a lucratividade (participação nos gastos) do cliente, alcance taxas de aceitação mais altas e reduza a rotatividade, identificando áreas de atrito e fazendo ajustes com insights baseados em dados.

**Melhore a aquisição de clientes.** Melhore a aquisição de clientes, geração de leads e taxas de conversão, reduza o custo de aquisição e aumente a participação de mercado, oferecendo orientação sobre qual oferta específica fazer e como melhor personalizá-la.

### Com o Intelligent Data Integration

**Tome decisões mais rápidas e precisas com uma visão completa dos dados.** Acelere a unificação e o enriquecimento de dados divergentes, seja por locais geográficos, organizações e tecnologias, para entregar exibições holísticas de dados para CRM, plataforma de dados do cliente (CDP) e outras aplicações de MarTech para tomar decisões precisas e informadas.

### Com o Intelligent Data Governance

**Ofereça experiências do cliente consistentes em todos os canais.** Garanta que os aplicativos de CX sejam alimentados pelos dados mais precisos, oportunos e de alta qualidade, limpando, padronizando, organizando e entregando dados confiáveis.

### Com o Intelligent Data Privacy

**Atenda às demandas de privacidade dos consumidores de forma proativa.** Gerencie o risco de dados, cumpra os regulamentos e garanta a confiança do consumidor com a descoberta, classificação e proteção de informações pessoais, incluindo o gerenciamento de direitos e consentimento do titular.

### Com o Intelligent Data Marketplace

**Permita o autoatendimento com um marketplace de dados.** Ofereça uma experiência de "compra" de dados fácil de usar, capacitando os analistas com dados confiáveis sempre à disposição, impulsionando o autoatendimento e a criação de valor.

## Sobre a Informatica

A transformação digital muda expectativas: melhor serviço, entrega mais rápida e com menos custos. As empresas precisam mudar para continuar relevantes, e a solução está nos dados.

Como líder mundial em gerenciamento de dados corporativos na nuvem, estamos preparados para ajudar você a ocupar de maneira inteligente uma posição de liderança — em qualquer setor, categoria ou nicho. A Informatica oferece a perspectiva para que você se torne mais ágil, aproveite novas oportunidades de crescimento ou invente coisas novas. Estamos 100% focados em todos os tipos de dados para oferecer a versatilidade de que você precisa para prosperar.

Convidamos você a explorar tudo o que a Informatica tem a oferecer — e estimular o poder dos dados para impulsionar sua próxima revolução com inteligência.

## Exemplos de clientes em ação

### A SulAmérica consolida dados de apólices de seguros, atendimento personalizado em todas as linhas de negócios e agilidade na nuvem

A SulAmérica é a maior seguradora independente do Brasil, com um portfólio de produtos que inclui vida, saúde, odontológico, bem como previdência privada e gestão de ativos. Ao embarcar em uma iniciativa de transformação digital, a SulAmérica recorreu à Informatica e ao Salesforce, usando aplicativos de nuvem para oferecer suporte ao crescimento corporativo e reduzir os custos de TI. A Informatica ajuda a SulAmérica a consolidar múltiplas plataformas de CRM para oferecer uma única e completa visão dos clientes baseada em informações confiáveis obtidas de todas as linhas de negócios. Ter uma única fonte de verdade para os dados do cliente também ajuda a SulAmérica a cumprir a LGPD, permitindo que a empresa use dados do cliente para análises e campanhas de vendas e assim aumentar a eficiência do marketing, construir novas campanhas para o cliente e aprimorar o serviço ao cliente.

### A HSB melhora as experiências do cliente enquanto reduz custos e riscos

A Hartford Steam Boiler Inspection and Insurance Company (HSB) é líder em seguro contra quebra de equipamentos, serviços de inspeção, redução de perdas e gerenciamento de risco baseado em engenharia direcionados a empresas, residências e fazendas. Os clientes da empresa são transportadoras, corretores, agentes e segurados. A Informatica ajuda a HSB a conectar vários domínios de dados, oferecendo aos especialistas de dados informações confiáveis para construir melhores modelos preditivos que oferecem insights sobre se um pedido deve ser negado, pago ou investigado. Maior visibilidade para localização e dados de pedidos confiáveis resultam em melhor serviço ao cliente, redução de custos, redução da exposição a riscos e maior precisão de preços baseados em risco.

## Intelligent Data Management Cloud da Informatica para profissionais de marketing

Com acesso a dados inteligentes e confiáveis por meio do Intelligent Data Management Cloud da Informatica, os profissionais de marketing podem se mover na velocidade do cliente omnicanal de hoje, oferecendo experiências excelentes ao mesmo tempo em que cumprem os requisitos de privacidade. Uma arquitetura nativa da nuvem oferece escalabilidade, desempenho e automação necessários para atender a volumes cada vez maiores de dados e requisitos em tempo real para entrega de ofertas e conteúdo críticos no momento certo, pelo canal certo, para os clientes certos. Com melhor acesso a dados e insights, os profissionais de marketing podem oferecer experiências mais personalizadas e relevantes, reduzindo a rotatividade e aumentando o valor da continuidade do cliente.

## Próximas etapas

Saiba mais sobre o [Intelligent Data Management Cloud](#) da Informatica.



**Informatica**

**Sede América Latina** Av. das Nações Unidas, 12901 - 3º, Andar - Torre Norte - Brooklin Novo, 04578-000 - São Paulo, SP Tel.: 0800-878-3060  
Ligação gratuita nos EUA: 1.800.653.3871

IN17\_0821\_04197

© Copyright Informatica LLC 2021. Informatica, o logotipo Informatica e CLAIRE são marcas comerciais ou marcas registradas da Informatica LLC nos Estados Unidos e em outros países. Uma lista atualizada de marcas comerciais da Informatica está disponível na Web em <https://www.informatica.com/br/trademarks.html>. Outros nomes de empresas e produtos podem ser nomes comerciais ou marcas comerciais de seus respectivos proprietários. As informações contidas neste documento estão sujeitas a alterações sem notificação prévia e foram fornecidas "COMO SE ENCONTRAM", sem garantias de qualquer espécie, expressas ou implícitas.