



Informatica

white paper

# Experiência do cliente avançada com visões de MDM e Big Data

Este documento contém informações confidenciais, exclusivas e segredos comerciais ("Informações confidenciais") da Informatica que não podem ser copiados, distribuídos, duplicados ou de outra forma reproduzidos, de nenhuma maneira, sem o consentimento prévio por escrito da Informatica.

Apesar de todos os esforços terem sido realizados para assegurar que as informações deste documento sejam precisas e completas, alguns erros tipográficos ou imprecisões técnicas podem existir. A Informatica não aceita responsabilidade por nenhum tipo de perda resultante do uso das informações contidas neste documento.

As informações contidas neste documento estão sujeitas a alterações sem aviso prévio.

A incorporação dos atributos de produto abordados neste material em qualquer versão ou atualização de qualquer produto de software da Informatica – bem como o momento de tal versão ou atualização – será definida a critério exclusivo da Informatica.

Protegido por uma ou mais das seguintes patentes norte-americanas: 6.032.158; 5.794.246; 6.014.670; 6.339.775; 6.044.374; 6.208.990; 6.208.990; 6.850.947; 6.895.471; ou pelas seguintes patentes pendentes norte-americanas: 09/644,280; 10/966,046; 10/727,700.

Edição publicada em março de 2017

## Índice

Interferências na sua visualização do cliente .....	2
O poder da visão de 360 graus do cliente.....	2
Apresentando o MDM – Customer 360 .....	3
A Informatica permite a visão de 360 graus do cliente.....	6
A centralização do cliente em jogo.....	8

# Interferências na sua visualização do cliente

Sua indústria está sofrendo interferência. O CEO está exigindo uma visão mais ampla sobre os clientes para construir uma estratégia competitiva mais eficaz. A quantidade de dados à sua disposição está crescendo rapidamente e se tornando cada vez mais complexa. Até agora, tem sido difícil criar uma visualização única e confiável do cliente que poderia lhe dar vantagem em um mercado cada vez mais centrado no cliente.

Na era digital, a jornada do cliente é mais complexa e fragmentada do que nunca. Os clientes interagem com sua empresa em qualquer ou em todos os canais. Também podem se mover entre diversos canais durante o curso do relacionamento com o cliente, desde o primeiro contato até a compra e a assistência. Além disso, a quantidade e o tipo de dados que você coleta sobre seus clientes cresce e muda tão rápido que aquilo que você sabe sobre eles na segunda-feira pode ser diferente na sexta. Suas interações com o cliente vão além das tradicionais chamadas telefônicas ou visitas à loja para incluir mídias sociais como o Twitter, Facebook ou Snapchat e dispositivos conectados ou com serviço de localização, de smartphones a monitores de atividades físicas, que revelam onde as pessoas estão e o que estão fazendo.

Como aplicativos, sistemas, canais e dispositivos que geram dados de clientes continuam se proliferando, os bancos de dados também estão transbordando com novos atributos e tipos de dados novos para capturar, monitorar e analisar. Seus dados de clientes nunca foram tão complexos e garantir que eles permaneçam corretos e confiáveis conforme você os acessa, consolida e gerencia se tornou igualmente complexo.

## O poder da visão de 360 graus do cliente

Com mais dados à sua disposição do que nunca, criar uma única visão do cliente nunca foi tão desafiador. No entanto, nunca foi mais necessário se a sua empresa deseja atingir estes objetivos:

- Melhorar a compreensão das atividades do cliente entre os pontos de contato para aprimorar as campanhas de marketing, a eficácia de vendas, o atendimento ao cliente e dar suporte às estratégias de experiência do cliente.
- Enriquecer os perfis de clientes com dados de fontes externas, como a Dun & Bradstreet entre outros, para obter mais informações sobre as preferências e comportamentos.
- Disponibilizar de forma consistente detalhes fundamentais como preferências de privacidade em toda a organização para reforçar a fidelidade do cliente, ao mesmo tempo protegendo a conformidade com os regulamentos aplicáveis.
- Identificar previamente relações ocultas, incluindo relações entre clientes e produtos, e conexões entre os clientes, empresas controladoras, subsidiárias e organizações relacionadas para que você possa aproveitá-las para expandir sua base de clientes e criar eficiências organizacionais.

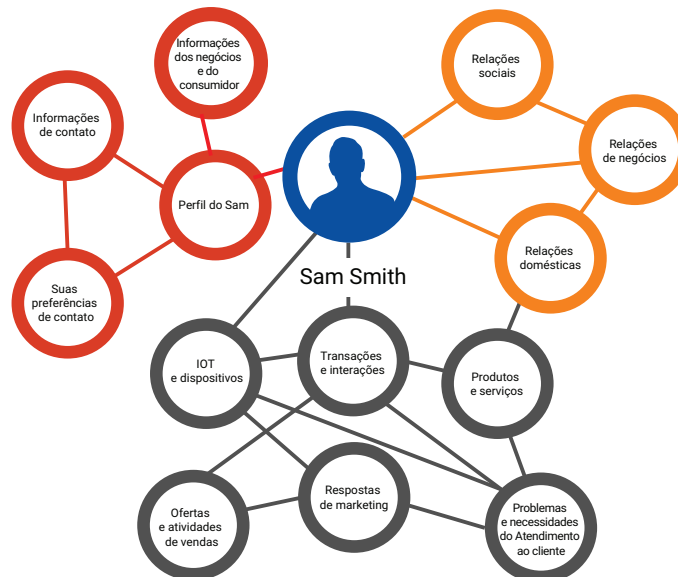


Figura 1: Uma visão de 360 graus fornece insights sobre as relações dos clientes.

# Apresentando o MDM – Customer 360

A nova geração de gerenciamento de dados mestres (MDM) é fundamental para quebrar silos de informações e integrar fontes fragmentadas de dados de clientes em uma visão de 360 graus de cada cliente. Uma solução que permite que sua organização transforme dados do cliente em estratégias de negócios deve ajudar você a:

## 1. Integrar de forma centralizada

Centralizar a integração de clientes por meio de fluxos de trabalho orientados por processos que deixam a captura, a revisão e a aprovação de novos registros mais precisas e eficientes e, ao mesmo tempo, elimina registros duplicados, incompletos e imprecisos. O processo de integração também deve validar e enriquecer automaticamente as informações de contato com mais informações verificadas por outros provedores.

## 2. Gerenciar de forma estratégica

Conectar, limpar, controlar, relacionar, enriquecer e governar seus dados de forma centralizada para torná-los úteis. Consolidar dados essenciais para os negócios entre aplicativos cria uma visão única e útil do cliente de 360 graus, o que inclui as relações entre os clientes e seu ambiente doméstico, os canais e locais que eles usam, os produtos que possuem e suas preferências. Este elemento é essencial para alcançar a visão crucial que lhe permite ultrapassar seus concorrentes.

## 3. Explorar de forma visual

Oferecer aos colaboradores o poder de utilizar visualizações gráficas para criar, tornando fácil e intuitivo visualizar as conexões entre os clientes, canais, locais, produtos, ambientes domésticos e outras entidades. Explorar e compreender as redes e relações ocultas em ambientes de big data que incluem transações, interações e a Internet das Coisas e conectá-los com os elementos de dados mestres.

## 4. Compartilhar com segurança

Melhorar o engajamento do cliente em tempo real, oferecendo históricos e contextos do cliente para os colaboradores por meio de painéis configuráveis e com base em funções, que oferecem os dados autorizados de que eles precisam. Alimentar dados de forma segura de volta para o setor de marketing, vendas, atendimento ao cliente e aplicativos de negócios para uma análise adicional.

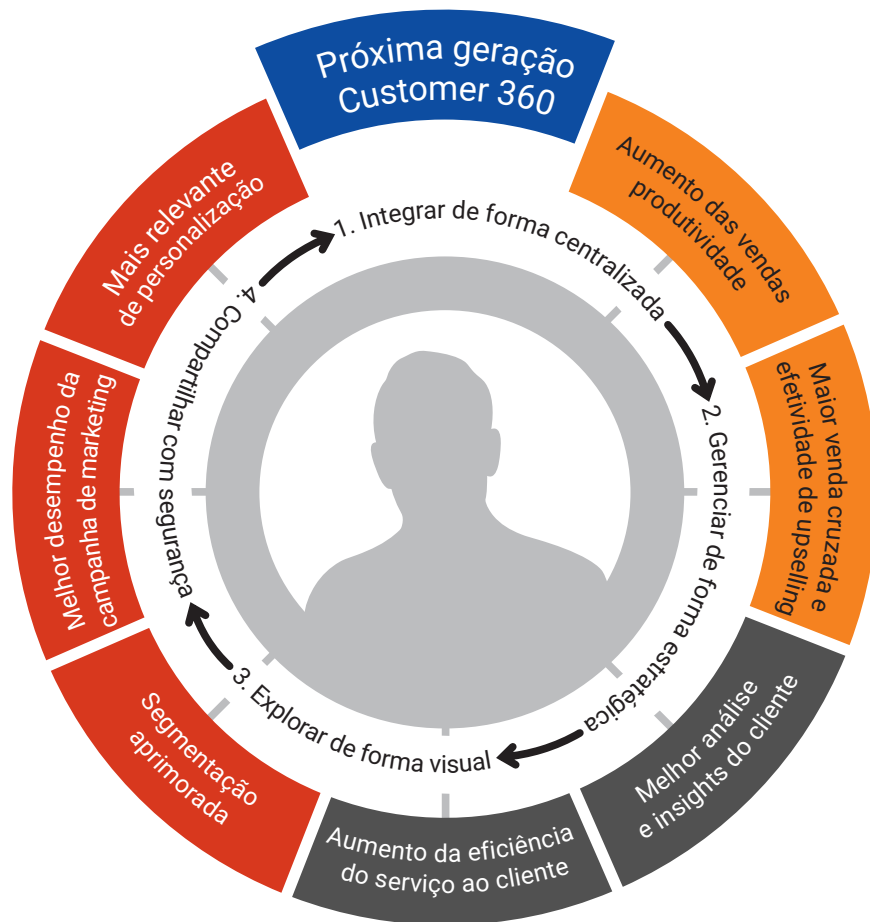


Figura 2: Recursos e benefícios da próxima geração de visão de 360 graus do cliente.

Uma solução que combina essas quatro habilidades capacita suas equipes de marketing, vendas e atendimento ao cliente a criar e implementar programas estratégicos para clientes com base em uma visualização do cliente consistente e em comum, o que melhora a compreensão do cliente – e repete e amplia facilmente esses programas entre locais, funcionários, linhas de negócios e marcas para maior produtividade e eficácia. Ela também permite que a organização mapeie dados individuais do cliente para big data sobre transações, interações e comportamentos e use as relações reveladas para desmembrar novas oportunidades.

Esses exemplos reais indicam algumas possibilidades de criar a próxima geração de visão do cliente de 360 graus:

**Aumento da fidelidade do cliente** – conectar marketing, vendas, serviços e outros aplicativos a perfis de cliente confiáveis permite reconhecer os clientes e prospects sempre que interagirem com você – em todos os canais, departamentos e funções, em todos os níveis: do setor de vendas até o escritório.

A SulAmérica Seguros, a maior provedora independente de seguros do Brasil, unificou os dados dos clientes entre dez linhas de negócios para fazer a transição a uma cultura centrada no cliente que oferecesse serviços mais consistentes entre os produtos e melhores oportunidades de aumento de vendas cruzadas e upselling, reduzindo o churn.

**Melhor engajamento do cliente** – uma única visão do cliente permite controlar a maneira como indivíduos e contas específicos se relacionam com seu site, conteúdo e programas de marketing ao longo do tempo. Ela permite que você analise a eficácia de cada campanha e implante a análise preditiva para pontuar leads da melhor forma e aperfeiçoe sua abordagem de estímulos.

A FASTWEB, gigante da telecomunicação italiana, expandiu seus registros de dados do cliente ao vincular pedidos, ativos comerciais, cobranças e solicitações, assim como leads para pessoas que atualmente não fossem clientes FASTWEB, mas que haviam entrado em contato com a empresa para obter informações. Seu objetivo é a expansão dos 2 milhões de clientes hoje para 30 milhões – metade da população da Itália – até 2020, oferecendo melhores serviços ao cliente e respostas mais rápidas para solicitações do cliente.

**Transformação do relacionamento com o cliente** – com o engajamento do cliente tornando-se cada vez mais digital, você pode gerenciar os dados do cliente de forma estratégica para compreender melhor a maneira como os seus clientes interagem com a sua empresa, os canais que eles preferem, e as ofertas às quais eles respondem, entre outras informações. Essa compreensão desbloqueia novas oportunidades e até mesmo oferece suporte a novos modelos de negócios.

A empresa de logística holandesa PostNL operou em um negócio tradicionalmente análogo: encomendas. No entanto, ao usar a nova geração de MDM para criar uma visão de 360 graus do cliente, a empresa agora pode escolher a melhor combinação de velocidade, serviço e preços para qualquer pacote, e não entrega em um endereço específico, mas a um destinatário específico, independentemente de onde aquele destinatário estiver. Ela também está crescendo para atender a demandas cada vez mais complexas dos clientes, seja dar maior visibilidade às empresas em sua cadeia de fornecimento ou permitir que as máquinas de lavar inteligentes dos seus clientes peçam o envio de sabão automaticamente.

**Expansão além da experiência do cliente** – uma pessoa pode interagir com a sua empresa de várias formas, dependendo da situação. Compreender as diferentes funções e ser capaz de atuar nelas é uma virada no jogo.

Uma empresa de recrutamento global conecta as organizações que buscam talentos com indivíduos que buscam oportunidades. Sua solução de MDM da nova geração vincula dados de múltiplos sistemas de CRM em todo o mundo para descobrir e gerenciar relações complexas entre candidatos a vagas de trabalho, empresas e requisitos específicos de trabalho, permitindo a entrega personalizada, pré-triagem de listas de possíveis entrevistados para os gerentes de contratação em até duas horas.

## A Informatica permite a visão de 360 graus do cliente

A Informatica, a provedora líder mundial em soluções de gerenciamento de dados oferece uma solução de MDM da nova geração que permite visões do cliente práticas e inovadoras, em qualquer escala, para fornecer uma experiência do cliente excepcional. Combinando dados mestres fundamentais para os negócios com os dados transacionais, interações e IoT, a solução da Informatica oferece uma visão de 360 graus do cliente, gerando um formulário que pode ser utilizado por profissionais de negócios para gerar o máximo de valor com o mínimo treinamento.

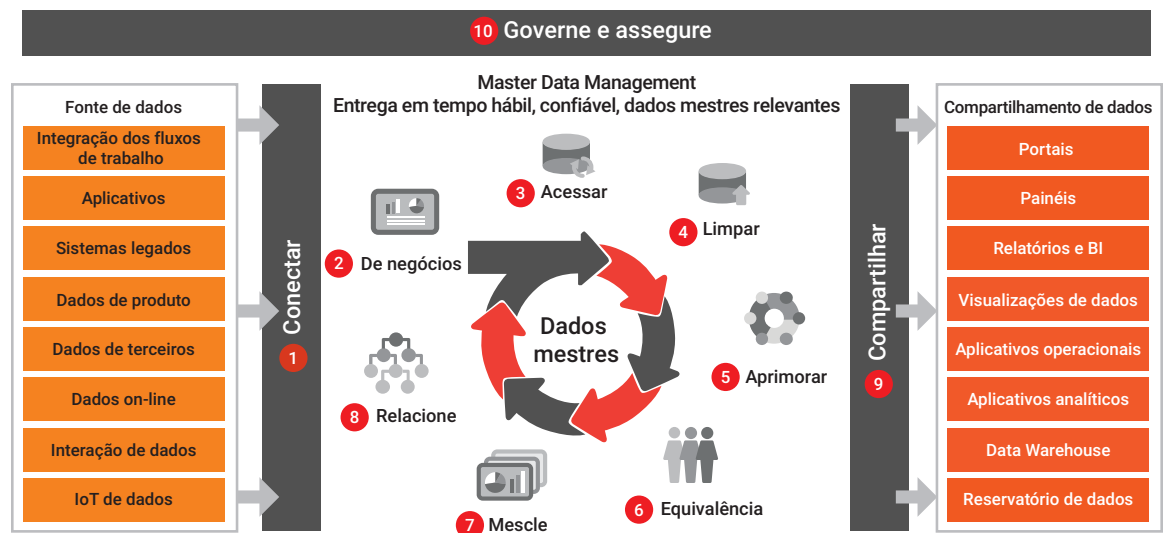


Figura 3: A próxima geração de gerenciamento de dados mestres resolve problemas complexos e entrega visualizações de dados fundamentais do cliente para os negócios.

A solução é baseada no MDM da Informatica – Customer 360, que permite que a sua empresa integre de forma centralizada, gerencie de forma estratégica e compartilhe com segurança os dados do cliente, tanto on premise quanto na nuvem. O MDM – Customer 360 busca atributos dos clientes, produtos adquiridos, preferências e deduções de relações de vários sistemas em uma única central de dados. Em seguida, ele transmite os dados consolidados para painéis com base em funções, onde essas informações são combinadas com as outras obtidas por outros aplicativos e ferramentas de análise.

A central de dados do MDM – Customer 360 também tem a capacidade de distribuir e publicar dados confiáveis de volta para os aplicativos e análises existentes para uma visão mais confiável e recursos mais preditivos. Com o MDM – Customer 360 para complementar e alavancar os sistemas existentes de CRM, sua organização pode estender o gerenciamento de dados do cliente além da equipe de vendas para outros departamentos e funções que precisem de dados autorizados sobre as atividades do cliente.



Além de exibir as informações do cliente nos painéis configuráveis pré-elaborados, a solução que incorpora o MDM – Relate 360 da Informatica, uma poderosa ferramenta com base em gráficos que explora e identifica as relações de big data visualmente. O MDM – Relate 360 cria representações gráficas de conexões com as pessoas, lugares e coisas que são mais importantes para o seu negócio – não apenas indivíduos, ambientes domésticos, grupos de clientes e redes sociais, mas dispositivos de Internet das Coisas, como os monitores de atividades físicas, termostatos conectados e eletrodomésticos inteligentes que permitem que você entenda os seus clientes melhor com base na tecnologia que eles usam e como a usam.

A solução da Informatica incorpora painéis e fluxos de trabalho pré-elaborados e configuráveis que os usuários de negócios podem navegar com treinamento mínimo. Esses painéis fluxos de trabalho simplificam e centralizam a tarefa de integração, gestão e compartilhamento de dados de clientes entre vários sistemas, ajudando sua empresa a permanecer em conformidade com as políticas de privacidade e regulamentos relevantes, garantindo que somente usuários autorizados tenham acesso a informações de identificação pessoal.

A solução da Informatica integra dados mestres tradicionais e elementos de negócios críticos de dados do cliente com outras visões de transações, interações, IoT e outros dados em ambientes de big data, revelando relações anteriormente ocultas. As capacidades se estendem para fornecer perspectivas úteis e as melhores ações futuras, e oferecem esses dados aos usuários de negócios em tempo real.

Para continuar a melhorar a experiência do cliente, a solução oferece detalhes sobre produtos que clientes já possuem ou podem precisar por meio da integração com o MDM – Product 360 da Informatica, enquanto Dados como Serviço (DaaS) integrados da Informatica validam os detalhes de contato e enriquece os perfis de clientes com mais informações do cliente completas.

## Sobre a Informatica

A transformação digital está mudando nosso mundo. Como líder no gerenciamento corporativo de dados em nuvem, estamos preparados para ajudá-lo a abrir caminho de maneira inteligente. Para fornecer a você a perspectiva para tornar-se mais ágil, aproveitar novas oportunidades de crescimento ou até mesmo inventar novos produtos. Convidamos você a explorar tudo que a Informatica tem a oferecer — e libertar o poder dos dados para gerar sua próxima revolução inteligente. Não apenas uma vez, mas sempre.

## A centralização do cliente em jogo

Em uma época na qual as expectativas do cliente estão crescendo e as organizações devem oferecer o que os clientes querem e no momento em que quiserem, sem confusões nem atrasos, a nova geração de visão de 360 graus do cliente não só somente interessante — é necessária. Agora ela não é apenas possível, mas pode ser alcançada por meio do gerenciamento estratégico de dados do cliente.

A nova geração da solução de MDM da Informatica permite alcançar este objetivo antigo de marketing, colocando os clientes no centro do seu negócio e colocando dados do cliente claros, consistentes e autorizados no centro da iniciativa. Primeiro, ela transforma os dados de clientes em perfis confiáveis e validados. Em seguida, equipa os usuários de negócios com ferramentas sofisticadas para gerenciar os dados estrategicamente, identificar e explorar visualmente as relações dos clientes, compartilhar dados com os funcionários e outros aplicativos com segurança e envolver-se com os clientes de forma mais pessoal e relevante.

A Informatica gera excelentes dados do cliente, o que leva a uma melhor segmentação e objetivo. Que, por sua vez, cria resultados. Os clientes da Informatica relatam melhorias gerais significativas em vários indicadores fundamentais de marketing:

- 30% de melhoria na eficácia de campanhas de marketing
- 20% de aumento nos gastos entre os membros de fidelidade
- 20% de aumento nas taxas de conversão de lead à oportunidade
- 60% de aumento no sucesso de vendas cruzadas e upselling

E devido aos resultados do uso da próxima geração de MDM do cliente serem mais fáceis de quantificar, os clientes também relatam reduções nos custos de campanha.

Por fim, é possível identificar um caminho claro para uma estratégia de marketing mais efetiva, maior fidelidade do cliente, melhor experiência do cliente, melhora da retenção do cliente, maiores lucros e redução de custos. Remova os empecilhos que o impedem de ver seus clientes de forma clara. É hora de colocar óculos 3D.



Sede mundial, 2100 Seaport Blvd, Redwood City, CA 94063, EUA Fone: 650.385.5000 Fax: 650.385.5500  
Ligação gratuita nos EUA: 1.800.653.3871 [informatica.com](http://informatica.com) [linkedin.com/company/informatica](https://www.linkedin.com/company/informatica) [twitter.com/Informatica](https://twitter.com/Informatica)

© Copyright Informatica LLC 2017. Informatica, o logotipo da Informatica [e qualquer outra marca registrada contida neste documento] são marcas comerciais ou marcas registradas da Informatica LLC nos Estados Unidos e em diferentes jurisdições por todo o mundo. Uma lista atualizada de marcas comerciais da Informatica está disponível na web em <https://www.informatica.com/trademarks.html>. Outros nomes de empresas e produtos podem ser nomes comerciais ou marcas comerciais de seus respectivos proprietários. As informações nesta documentação estão sujeitas a mudança sem aviso prévio e fornecidas "COMO SE ENCONTRAM", sem garantias de qualquer espécie, expressas ou implícitas.

IN09\_0317\_03318