

PEGA MARKETING FOR FINANCIAL SERVICES (金融サービス)

顧客対応のパーソナライズによる収益の拡大

ペガ金融サービスデータシート

すべてのチャネルでコンテキストに合った価値ある顧客対話を推進

Pega Marketing for Financial Servicesを利用すると、銀行業界のお客様により効果的に対応でき、より高い ROI (投資収益率) が実現できます。Pega Marketing は洗練された分析機能とビジネスルールをリアルタイムで活用し、予測型インテリジェンスを使用してそれぞれのお客様とのやり取りを常に評価します。そして、設定したビジネスゴールとのバランスを取り、もっとも効果のあるアクション、提案、コンテンツやタイミング、そして遂行チャネルを動的にレコメンドします。自己学習の機能により、おし、お客様へのオフアお客様の行動や、顧客対応を連続的に学習を毎回適切なものに調整します。

これにより、マーケティング施策を、お客様の行動や市場の状況変化に自動的に適応させることができます。ペガの統合されたマーケティングアプリケーションを利用することにより、チャネル横断型顧客戦略の設計、展開、実行、測定、修正が容易に行えるようになります。そして、顧客の期待とビジネスの目的の間のバランスを取って、応答率と顧客転換率を高め、企業にとっての利益性と顧客満足度を向上させます。お客様とのすべてのやり取りを活用し、お客様を理解した上で、お客様とより積極的に関わり、信頼を高め、顧客価値を向上させます。

- お客様を理解した顧客接点の推進
インテリジェンスと適合性を高めたお客様との対話が可能です。
お客様からの信頼が、それぞれのお客様の状況に応じた一貫性と個別化、そしてシームレスなチャネル横断型の対話の元に築かれます。
- リアルタイムかつ1対1のコミュニケーションでお客様に対応
ペガのソリューションでは、ストリーミングデータとイベントを追跡し、パターンを抽出して、リアルタイムに適切なチャネルにアクションを起こします。そして、最適化されたマーケティング戦略に基づくネクスト・ベスト・アクションを実行します。
- 顧客価値の最大化
お客様の行動ややり取りを通じて、お客様の価値に焦点を当てます—お客様の購買単価を高め、クロスセル・アップセルを推進し、それぞれのお客様の価値を最大化します。
- 売上高と収益の拡大
お客様の購買力に対して、どのような商品が最適で収益を最大化できるか、その際のリスクが何かをペガのディシジョンングを用いて判断し、お客様への最適なネクスト・ベスト・アクションを決定します。
- 既存資産を活用したオムニチャネル基盤の実現
異なる種類のマーケティングシステムモデルに対して、シミュレーションとテストを行い、最適なマーケティング戦略を容易にかつ迅速に作成することができます。

課題

今日の銀行業界に“繋がって”いるお客様は、個別化された価値あるエクスペリエンスを求めています。彼らはあらゆるチャネルで状況に応じ、価値があり、信頼でき、一貫性のあるエクスペリエンスを求めますが、一方で金融機関はマーケティング上の制約、レガシーシステム、そして組織のサイロ化が常態化した中で、収益を維持しつつお客様のニーズに応えようと必死です。

ペガのソリューション

Pega Marketing for Financial Servicesは、今日の銀行業界のお客様の要望と企業がビジネスで達成しようとしているもののバランスを取りながら、カスタマー・エクスペリエンスの最適化を行うことが可能です。Pega Marketing はリアルタイムでお客様中心のネクスト・ベスト・アクションを提供して、より良い関係性の構築と一貫したメッセージングを行い、あらゆるステージにおいて、お客様にとっての価値を高めます。

お客様を理解した顧客接点の推進

- ペガのビジュアライズされた予測分析機能を活用し、簡単により正しい変数とプロフィールを選択し、お客様の行動や時間の経過に伴うネクスト・ベスト・アクションを動的に変化させます。
- 位置情報の活用としては、ジオフェンストリガーで定義づけられた位置情報に関連する提案を作成し、モバイルチャネル (Apple Passbook™) を通じてセールスオファーやクーポン等を提供します。
- またペガは、モバイル、Eメール、郵便、ソーシャルメディアなどの複数のチャネルに対して、意思決定する機能を持っています。さらにマーケティング担当者は、再利用可能な戦略テンプレートを活用し、インバウンドおよびアウトバウンドを効果的に融合したマーケティング戦略を1ヶ所で開発・運用することが可能です。

顧客価値の最大化

- 積極的な顧客獲得、クロスセル・アップセル、そして顧客価値 (CLV) 算定機能で優先度が分けられた顧客関係構築プログラムを用いて収益を最大化します。
- マーケティング担当者はチャネル横断型の関係構築戦略を作成し、お客様のこれまでの行動履歴や顧客属性を連続的に分析し、既存顧客や見込み顧客それぞれに対する最適な提案、特別なサービス、顧客接点として最適な時間とチャネルを決定します。
- ネクスト・ベスト・アクションのアプローチは、お客様の希望と企業がビジネスで達成しようとしていることについて最適なバランスを提供します。それぞれのお客様に対する毎回のオファーが、企業にとってもWin-Winの関係になるように意思決定するのです。
- マーケティング戦略や、商品、リスク、予算、実際のオペレーションなど、ビジネスが持つ制限や制約に対して柔軟に対応します。

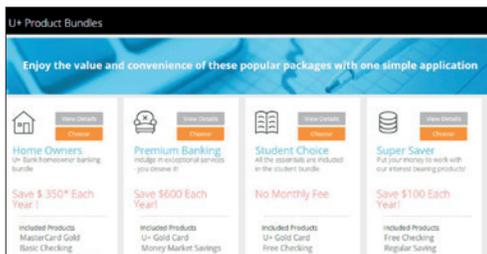
既存資産を活用したオムニチャネル基盤の実現

- 当社の柔軟なカスタマーディビジョンハブを利用すると、金融機関のこれまでのマーケティング投資を有効活用し、ペガを既存のマーケティング技術と組み合わせてマーケティング戦略を推進できます。
- ビジュアルレポートダッシュボードを使用して、チャネル、セグメント、製品等のあらゆる要素でマーケティング実行状況や効果を把握します。
- テストシナリオとシミュレーション結果を用いることで、将来のマーケティング予測を立て、実際に実行に移す前に正しい判断を下すことができます。
- 自己学習機能によるビジネス主導での継続的変革 - Pega Marketing では専用の機械学習アルゴリズムを利用し、データサイエンティストの参画必要性を最低限に抑え、マーケティング担当者自身が継続的に顧客戦略を立案し続けられるようにします。

比類のないマーケティング アジリティの獲得

- 「ドラッグアンドドロップキャンパス」機能を備えた視覚的な実装手段と、マーケティングディビジョンロジック、マイクロサイト、ユーザーインターフェースの展開例により、市場投入までの労力を低減します。さらに、法規制対応、競争戦略、および経営方針変化対応のために発生するマーケティング戦略の維持管理コストと期間を削減できます。
- 標準装備されている銀行業向け機能は次のとおりです。
 - ネクスト・ベスト・アクション調整機能を使用した最適な提案や判断の優先順位付け
 - 製品バンドリングオプション
 - 金融機関向けの拡張可能なデータモデル
 - 現在/推定顧客価値 (CLV) 算定機能
 - インテリジェントなQ&A/ニーズ分析
 - 拡張可能な製品カタログ、および
 - Equifax InterConnectサービスとのダイレクトな連携

コンテキスト対応



顧客価値の追求



継続的な適応

