

PEGA MARKETING PARA SERVIÇOS FINANCEIROS

Obtenha envolvimento personalizado com seus clientes e maior participação no orçamento

UM DATASHEET DO PEGA FINANCIAL SERVICES

Interações contextuais valiosas com seus clientes em todos os canais

Interaja com seus clientes bancários de maneira mais eficiente e aumente o ROI com o Pega Marketing para serviços financeiros. O Pega Marketing utiliza técnicas de análise sofisticadas e regras de negócios em tempo real e avalia constantemente o contexto da interação com cada cliente com inteligência preditiva. Depois harmoniza os resultados com seus objetivos de negócios para recomendar de maneira dinâmica a ação, a oferta, o conteúdo, o prazo e o canal de distribuição mais relevantes. As técnicas de análise adaptativas aprendem e se ajustam continuamente com cada interação com o cliente.

Isso garante que seus esforços de marketing se ajustem automaticamente a mudanças no comportamento do cliente e nas condições do mercado. Com o aplicativo de marketing unificado da Pega, é possível conduzir com facilidade design, implantação, execução, medição e revisão de estratégias de clientes omni-channel e buscar um ponto de equilíbrio entre as expectativas dos clientes e os objetivos corporativos para aumentar as taxas de resposta e conversão, oferecer lucratividade e satisfação aos clientes. Você pode aproveitar cada conversa com o cliente para interagir de forma proativa e fomentar a confiança e seu valor vitalício correspondente.

▪ Gere conversas com contexto

Interaja com seus clientes de forma inteligente e relevante, respeitando os termos deles.

Garanta o alicerce da confiança do cliente com comunicações omni-channel consistentes, personalizadas e contínuas dentro do contexto de cada cliente.

▪ Responda aos clientes com comunicações individuais em tempo real

A solução da Pega pode utilizar eventos e dados em streaming, rastrear padrões e gerar ações para o canal adequado em tempo real ao executar a Next Best Action mais adequada com base em estratégias de marketing coordenadas.

▪ Aprimore o valor vitalício do cliente

Concentre-se no valor do cliente ao longo de toda a sua jornada: impulsione a aquisição de clientes, retenção, up-sell, cross-sell e promova estratégias para cada cliente em um único lugar.

▪ Aumente as vendas e os lucros

Determine a melhor oferta por meio de um conhecimento profundo do valor vitalício do cliente e de seu contexto com os recursos de cross-sell e up-sell em tempo real da Pega para maximizar a participação nos lucros.

▪ Domine a complexidade e adapte-se continuamente

Facilite e acelere a conexão entre sistemas de marketing díspares em sua empresa para gerar estratégias de marketing que podem ser simuladas e testadas.

DESAFIO

Hoje em dia, os clientes bancários esperam experiências relevantes e personalizadas. Eles desejam ter uma experiência consistente, confiável, relevante e contextual em todos os canais. No entanto, as instituições de serviços financeiros se esforçam para atender a essas necessidades de forma rentável devido a restrições de marketing, sistemas legados e silos organizacionais.

SOLUÇÃO

O Pega Marketing para serviços financeiros cumpre a promessa de otimizar experiências de clientes, enquanto fornece um equilíbrio entre as exigências dos clientes bancários de hoje e os objetivos empresariais. O Pega Marketing também fornece Next Best Actions centradas no cliente que levam a um melhor engajamento e a mensagens consistentes que, por sua vez, aumentam o valor do cliente em todas as etapas de sua jornada.

Gere conversas com contexto

- Os recursos da Pega empregam técnicas de análise preditiva e segmentos visuais fáceis de usar para selecionar as variáveis e os perfis corretos, e os modificam dinamicamente ao longo do tempo com base no comportamento dos clientes.
- A equipe de marketing otimiza o canal móvel ao criar ofertas locais que são definidas por acionadores Geo-Fencing ou gera ofertas e cupons via Apple Passbook™.
- A Pega também pode estender decisões a vários canais, inclusive dispositivo móvel, e-mail, correio tradicional e outros, como mídias sociais e meios baseados em local. Além disso, a equipe de marketing usa modelos de estratégias reutilizáveis para desenvolver e coordenar efetivamente estratégias de marketing de entrada e saída em um único lugar.

Aprimore o valor vitalício do cliente

- Aumente a receita com programas proativos de aquisição, cross-sell, up-sell, retenção e promoção que são priorizados por cálculos do valor vitalício do cliente (CLV).
- A equipe de marketing pode criar estratégias de engajamento omnichannel que analisam continuamente o histórico do cliente e diversos atributos personalizáveis para determinar a principal oferta, o tratamento específico, bem como o melhor momento e canal para interagir com clientes e possíveis clientes.
- A abordagem “Next-Best-Action” ao marketing fornece um equilíbrio entre o que o cliente deseja e os objetivos da empresa, calculando um caso individual de negócios para cada cliente em cada interação.
- As estratégias podem ser compostas em relação às restrições adicionais da empresa, quer estejam relacionados a produtos, riscos, orçamento, quer sejam de natureza operacional.

Domine a complexidade e adapte-se continuamente

- O Customer Decision Hub oferece flexibilidade para utilizar investimentos em marketing existentes e conduzir estratégias relacionadas em colaboração com as tecnologias da Pega e as suas.
- Monitore e acompanhe a efetividade do marketing em todos os canais, segmentos e produtos por meio de um painel de relatórios visual.
- Teste cenários e simule resultados para futuros programas de marketing. Isso permite que você tome as decisões corretas antes da fase de execução.
- Evolua com um enfoque controlado de autoaprendizagem de negócios. O Pega Marketing emprega algoritmos exclusivos de aprendizagem de máquina para garantir que as equipes de marketing possam transformar continuamente as estratégias de clientes, reduzindo o volume de trabalho de cientistas de dados.

Obtenha agilidade incomparável em marketing

- Uma tela visual de “arrastar e soltar” com exemplos modelo de lógica de decisão em marketing, microsites e interfaces de usuário para reduzir o esforço na implementação e o tempo de comercialização. Também reduz a manutenção contínua de suas estratégias de marketing devido a alterações nas leis, concorrência ou direção corporativa.
- Os elementos bancários integrados incluem:
 - Priorização das principais ofertas e propostas com a Next Best Action para arbitragem.
 - Opções de produtos unitários e pacotes.
 - Modelo de dados expansível adequado para instituições financeiras.
 - Cálculos de valor vitalício do cliente (CLV) atual e projetado.
 - Análise inteligente de perguntas, respostas e necessidades
 - Catálogo de produtos expansível.
 - Integração direta com os serviços Equifax InterConnect

Contexto

Foco no valor do cliente

Adaptação contínua

