

PEGA ADAPTIVE DECISION MANAGER

Mejora drástica de las mejores acciones siguientes con información contextualizada y aprendizaje adaptativo

UNA HOJA DE DATOS DE PEGA

Optimización de la experiencia del cliente en tiempo real de manera continua y automática

Pega Adaptive Decision Manager (ADM) aprende en el momento con cada interacción aquello que funciona mejor. Por ejemplo, si lanza un nuevo producto con un conjunto de promociones, tan pronto como los clientes comienzan a responder, ADM utiliza cada interacción a modo de lección sobre qué funciona bien. Si la persona que primero responde es de California, es mujer y está jubilada, ADM utiliza esa información para influenciar el modo en que clasificará las ofertas la próxima vez que alguien presente esos mismos atributos. A medida que incorpora información contextualizada (tal vez un cambio de domicilio) y encuentra nuevas interacciones, ADM se torna cada vez más preciso, lo que da como resultado índices de éxito incluso más altos.

Al usar herramientas muy visuales, los usuarios comerciales tienen el control, ya que crean, simulan, implementan, miden y optimizan gráficamente estrategias en tiempo real que emplean el algoritmo de aprendizaje de ADM, sin la necesidad de ningún tipo de programación ni títulos en ciencias informáticas.

ADM atraviesa automática y constantemente un ciclo de aprendizaje, y luego envía las jerarquías al hub de decisiones de Pega, que ejecuta el mejor conjunto de acciones que se alinean con las preferencias del cliente y con los objetivos de la empresa. Con Pega ADM, puede proporcionar constantemente compromisos de gran valor y centrados en el cliente, que mejoran la experiencia del cliente, el compromiso y la lealtad.

- **Adaptación instantánea a las oportunidades o amenazas de mercado**
Las preferencias, necesidades, expectativas y gustos de las personas cambian. A fin de responder de manera oportuna, necesita una aplicación que se entrene a sí misma y en tiempo real. ADM detecta cambios de inmediato al actualizar continuamente las estadísticas tras la aceptación o el rechazo de una táctica a medida que ocurre.
- **Expansión masiva del uso de la retroalimentación y de los análisis predictivos**
Ya no tendrá que esperar durante meses el desarrollo de modelos y su puesta en producción. Usando los modelos adaptativos, puede emplear e implementar miles de modelos al instante, sin tener que preocuparse por el presupuesto ni el ancho de banda de los recursos, lo que le permitirá alcanzar resultados exitosos rápidamente.
- **Confrontación sencilla entre acciones retadoras y ganadoras sin la necesidad de realizar pruebas complejas**
Dado que ADM está en un aprendizaje eterno, cualquier nueva acción u oferta que se introduce simplemente ingresa en el juego y participa en un campo de juego nivelado para identificar a los ganadores. Los ingresantes recientes pueden, incluso, recibir una clasificación más alta de manera aleatoria para garantizar en las etapas iniciales que cuenten con suficiente tiempo en el aire para competir.

DESAFÍO

Las empresas necesitan ofrecer mejores acciones siguientes personalizadas y relevantes para mejorar las experiencias de los clientes. Pero cuando los puntos de contacto utilizan información de cliente desactualizada, no dan en el blanco, ya que no tienen en cuenta el comportamiento contextualizado de las cuentas (análisis críticos de lo que hace el cliente en ese preciso momento) ni pueden capitalizar la retroalimentación, que habría derivado en mejores decisiones.

SOLUCIÓN

Pega Adaptive Decision Manager (ADM) aprovecha la información contextualizada y la combina con el conocimiento existente. Al estar unificada con las aplicaciones de Pega, ADM escucha cada acción, registra si el resultado fue aceptable y luego realiza ajustes de inmediato en función de los atributos del respondedor. Utiliza un conjunto central de estadísticas de resultados y atributos, que luego utiliza para ajustar los grados de probabilidad para un respondedor específico para una acción específica. Con el tiempo y con suficientes respondedores, el modelo converge con seguridad en la jerarquía óptima de las acciones de cada cliente. ADM no requiere arduas recopilaciones de datos, desarrolladores de modelos especializados ni una calibración de modelo compleja porque todo esto se hace de manera automática.

Cómo observar el comportamiento de los clientes y conocerlos en tiempo real

- ADM utiliza todos los atributos del cliente disponibles y encuentra aquel que es relevante. Se utilizan los atributos que contribuyen a modelar el rendimiento, y se descartan aquellos que no lo hacen.
- Los atributos se someten a pruebas de manera constante y automática para determinar su poder predictivo, algunos de los datos de sesión contextualizada o de sistemas de back-end. La clave es usar datos contextualizados y hacer observaciones sobre las características y las acciones de los clientes en tiempo real e instantáneamente considerar dicho aprendizaje para las mejores acciones.

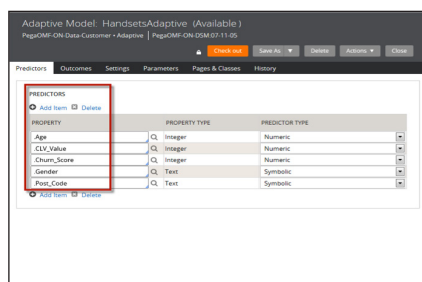
Adaptación a las condiciones cambiantes

- Cada acción con cada cliente puede aprovechar el aprendizaje adaptativo, lo que significa, literalmente, que miles de modelos pueden ser operativos, ajustándose de forma constante a las condiciones actuales. Los usuarios comerciales tienen las herramientas para controlar el sistema general y el rendimiento de cada modelo.

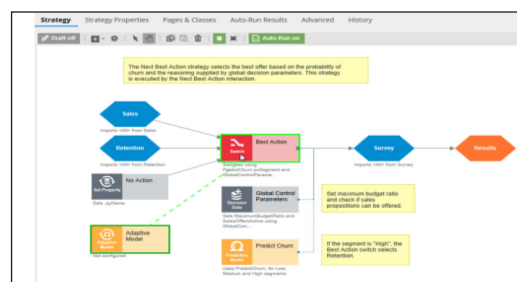
Compromiso sin inconvenientes mediante la inteligencia predictiva

- Vuelva operativos los análisis incorporando los modelos de ADM en Pega Decision Strategy Manager, que luego se comunica con los clientes a través de todos los canales digitales y físicos, incluidos los quioscos, los medios sociales y los dispositivos móviles.
- Permita que los usuarios comerciales hagan ajustes en el modo en que ADM se emplea en las estrategias de decisiones a través de un lienzo fácil de usar y luego realice la implementación directamente en producción.

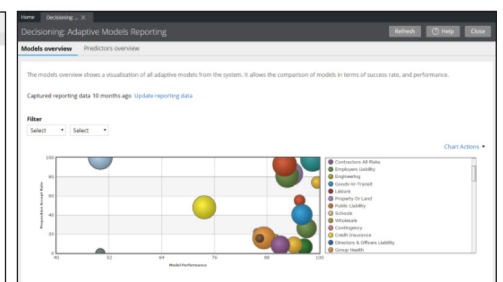
Observación



Compromiso



Adaptación



Pega ADM les permite a las organizaciones potenciar sus estrategias de decisiones con el aprendizaje mecánico a fin de optimizar automáticamente las ofertas y acciones, lo que mejora notablemente las experiencias de los clientes y el rendimiento de las organizaciones.