

# PEGA MARKETING

CONSENTIRE ALLE AZIENDE DI OTTIMIZZARE I PROFITTI PER I CLIENTI CONNESSI

## PANORAMICA

### LA SFIDA PRINCIPALE

I clienti di oggi sono sempre più consapevoli ed esigenti e hanno grandi aspettative: desiderano un'esperienza contestuale, precisa, affidabile e coerente su tutti i canali, ma le grandi aziende non sono sempre in grado di soddisfare queste esigenze in maniera redditizia a causa dei limiti del mercato e della complessità dei clienti.

### LA SOLUZIONE

Pega Marketing mantiene le promesse, ottimizzando il valore del cliente e garantendo un equilibrio tra ciò che questo si aspetta e ciò che l'azienda sta cercando di raggiungere.

Pega Marketing assicura interazioni che mettono al centro il cliente, per una maggiore fidelizzazione e comunicazioni sempre coerenti e di qualità in tutte le tappe del processo.

## IN VARI SETTORI, I CLIENTI DI PEGA HANNO OTTIMIZZATO LE PROPRIE ORGANIZZAZIONI DI MARKETING CON:

- 300% di aumento delle percentuali di accettazione delle offerte
- 180% di aumento dell'efficienza delle attività di marketing
- 30% di crescita dei ricavi
- 5 punti di aumento delle percentuali di fidelizzazione

## PROMOZIONE DI CONVERSAZIONI CONTESTUALI E DI VALORE CON I CLIENTI SU TUTTI I CANALI

Fidelizzare i clienti in maniera più efficace e incrementare il ritorno sull'investimento con Pega Marketing. Pega Marketing si fonda su analisi e regole commerciali sofisticate in tempo reale e valuta costantemente il contesto di ogni interazione cliente con intuizioni predittive, mettendoli in equilibrio con gli obiettivi aziendali per proporre in maniera dinamica l'azione, l'offerta, il contenuto e il canale più appropriato.

Le analisi adattative apprendono e apportano in maniera costante modifiche a ogni interazione con il cliente. In questo modo, l'attività di marketing si adatta automaticamente alle modifiche del comportamento del cliente e delle condizioni di mercato, senza bisogno del costante intervento manuale.

Grazie alla piattaforma marketing unificata di Pega, è possibile progettare, modificare, misurare, controllare e distribuire strategie cliente omni-canale, bilanciando i desideri del cliente e gli obiettivi commerciali per aumentare i tassi di conversione, offrire massima redditività e incrementare la soddisfazione del cliente. È possibile sfruttare le conversazioni di ogni cliente per interagire con questi in maniera proattiva al fine di costruire la fiducia e un valore corrispondente nel tempo.

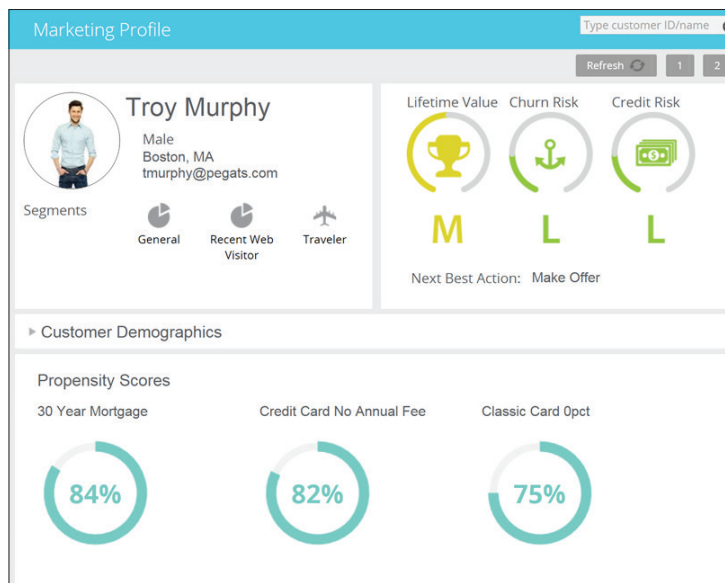
- **Aumentare il Customer Lifetime Value** – Focalizzazione sul valore del cliente attraverso il percorso che ha compiuto; promuovere l'acquisizione del cliente, il mantenimento, l'upsell, la vendita incrociata, mantenere le strategie per ogni cliente in un'unica posizione.
- **Promuovere conversazioni contestuali** – Interagire con i clienti sempre alle loro condizioni. Verificare che la fiducia del cliente venga costruita con interazioni omni-canale sempre coerenti e correttamente contestualizzate per ogni cliente.
- **Aumentare le vendite e la redditività** – Determinare l'offerta ottimale attraverso una profonda comprensione del contesto e del valore nel tempo del cliente tramite le funzioni di vendita cross-sell/up-sell in tempo reale di Pega.
- **Gestire la complessità e garantire un adattamento continuo** – Semplificare e velocizzare la connessione della propria attività commerciale ai vari sistemi di commercializzazione per generare strategie di marketing che è possibile simulare e testare.
- **Rispondere ai clienti con comunicazioni in tempo reale e one-to-one** – La soluzione di Pega può utilizzare eventi e trigger da qualsiasi sistema in tempo reale per eseguire la miglior Next-Best-Action basata su qualsiasi processo o strategia di marketing.

### Potenziare il Customer Lifetime Value

- Massimizzare il ricavo con acquisizione proattiva, attività di vendita incrociata, upsell, mantenere opportunità per fidelizzare i clienti oltre che coordinare l'esperienza attraverso i canali inbound e outbound.
- Gli operatori di mercato possono creare una strategia a canali incrociati che analizza continuamente la storia del cliente e numerosi attributi personalizzabili per stabilire l'offerta migliore, il momento migliore, il trattamento specifico e il canale migliore per interagire con i clienti esistenti e potenziali.
- L'approccio Next-Best-Action alle attività di marketing consente di bilanciare i desideri del cliente e gli obiettivi delle proprie attività commerciali, elaborando un business case personalizzato per ogni singolo cliente in ogni interazione.
- Le strategie possono essere costruite sulla base dei limiti aggiuntivi dell'azienda, siano questi relativi al prodotto, al rischio, al budget o di tipo operativo.

### Promuovere conversazioni contestuali

- Le funzionalità di Pega si basano su analisi predittive e segmenti visivi facili da utilizzare per scegliere le variabili e i profili corretti e modificarli in maniera dinamica nel tempo, sulla base del comportamento del cliente.



- Gli operatori di mercato ottimizzano il canale mobile creando offerte sulla base della posizione, definite entro trigger di GeoFencing, oppure propongono offerte e coupon attraverso Passbook™ di Apple.
- Pega può inoltre estendere le decisioni su più canali come telefoni cellulari, e-mail, posta tradizionale e altri canali come quelli basati sulla posizione e sui social media. Inoltre, gli operatori di mercato si basano su una serie di modelli di strategie riutilizzabili per sviluppare e coordinare efficaci strategie di inbound e outbound marketing.

### Gestire la complessità adattandosi costantemente

- Aumentare gli investimenti esistenti utilizzando quelli già effettuati sull'infrastruttura marketing corrente grazie all'approccio omini-canale esclusivo per la promozione di strategie di marketing in Pega e nelle proprie tecnologie marketing esistenti.
- Monitorare e controllare l'efficacia del marketing su tutti i canali, i segmenti e i prodotti con un dashboard visivo per i report.
- Verificare gli scenari e simulare i risultati dei futuri programmi di marketing, consentendo di prendere le decisioni giuste prima della loro effettiva esecuzione.
- Evolvere con un approccio di auto-apprendimento controllato dall'azienda – Pega Marketing utilizza algoritmi machine learning per consentire ai commerciali di sviluppare strategie sempre nuove con la minima esigenza di intervento da parte di esperti di statistica.

**Comprendere il successo del canale e della fidelizzazione esaminando in modo immediato le informazioni fondamentali: CLV, Rischio, Demografia, Propensione e Segmentazione.**