

# PEGA MARKETING

## Cómo lograr una captación personalizada de clientes y mayores ganancias

### UNA HOJA DE DATOS DE PEGA

## Generación de conversaciones contextualizadas valiosas con los clientes a través de todos los canales

Capte a sus clientes de manera más efectiva y genere un mayor ROI con Pega Marketing. Pega Marketing aprovecha los análisis y las reglas comerciales sofisticados en tiempo real y evalúa constantemente el contexto de cada interacción con los clientes con inteligencia predictiva. A continuación, lo coteja con sus objetivos comerciales a fin de recomendar dinámicamente la acción, la oferta, el contenido y el momento, y el canal de ejecución más relevantes. El análisis adaptable aprende y se ajusta constantemente con cada interacción con el cliente.

De este modo, se garantiza que el esfuerzo de marketing se ajuste de manera automática a los cambios en el comportamiento del cliente y en las condiciones del mercado. Con la aplicación de marketing unificado de Pega, puede diseñar, implementar, ejecutar, medir y revisar fácilmente estrategias de cliente omnicanal, cotejando las expectativas del cliente con los objetivos comerciales para aumentar los niveles de respuesta y conversión, ofrecer rentabilidad y asegurar la satisfacción del cliente. Puede aprovechar cada conversación con el cliente para interactuar de manera proactiva con él a fin de generar confianza y un valor duradero acorde.

- **Generación de conversaciones contextualizadas**  
Comuníquese con los clientes con inteligencia y relevancia, en sus propios términos.
- Asegúrese de que la confianza del cliente se construya con una comunicación omnicanal coherente, personalizada y sin inconvenientes, en contexto para cada cliente.
- **Cómo responder a los clientes en conversaciones directas, en tiempo real**  
La solución de Pega puede consumir datos de difusión y eventos, rastrear patrones y disparar acciones al canal correcto en tiempo real, realizando la mejor acción siguiente (Next-Best-Action) en función de estrategias de marketing coordinadas.
- **Cómo mejorar el valor duradero del cliente**  
Céntrese en el valor del cliente a lo largo de la experiencia de cada cliente: impulse la adquisición del cliente, su retención, las ventas adicionales, las ventas cruzadas y diseñe estrategias para cada cliente en un solo lugar.
- **Aumento de las ventas y la rentabilidad**  
Determine la oferta óptima a través de una comprensión profunda del valor duradero del cliente y del contexto del cliente con las capacidades de ventas cruzadas y adicionales en tiempo real que ofrece Pega.
- **Dominio de la complejidad y adaptación continua**  
Haga más fácil y rápido que su negocio conecte sistemas de marketing dispares para generar estrategias de marketing que pueden someterse a simulación y prueba.

### DESAFÍO

Los clientes de hoy esperan que las empresas ofrezcan experiencias personalizadas y relevantes. Desean tener una experiencia contextualizada, relevante, confiable y coherente en todos los canales, pero las grandes organizaciones se esfuerzan por satisfacer sus necesidades de manera rentable debido a las restricciones de marketing, a los sistemas heredados y a los silos de las organizaciones.

### SOLUCIÓN

Pega Marketing cumple la promesa de optimizar las experiencias de los clientes ofreciendo un equilibrio entre las exigencias de los clientes y el objetivo que la empresa intenta alcanzar. Pega Marketing ofrece mejores acciones siguientes (Next-Best-Actions) centradas en el cliente y en tiempo real que derivan en un mayor compromiso y una comunicación coherente, lo que aumenta el valor del cliente en todas las fases que atraviesa el recorrido de un cliente.

## Generación de conversaciones contextualizadas

- Las capacidades de Pega aprovechan el análisis predictivo y los segmentos visuales fáciles de usar para seleccionar las variables y los perfiles correctos, y para cambiarlos dinámicamente a lo largo del tiempo en función del comportamiento del cliente.
- Los representantes de marketing optimizan el canal móvil creando ofertas basadas en ubicación que están definidas dentro de disparadores de Geo-Fencing o proporcionan ofertas y cupones a través de Apple Passbook™.
- Pega tiene además la capacidad de ampliar las decisiones a varios canales, tales como la telefonía móvil, el correo electrónico, el correo tradicional y otros canales, como los basados en la ubicación y los medios sociales. Asimismo, los representantes de marketing aprovechan las plantillas de estrategias reutilizables para desarrollar y coordinar estrategias efectivas de marketing entrante y saliente en un solo lugar.

## Dominio de la complejidad y adaptación continua

- Nuestro centro exclusivo de decisiones relacionadas con el cliente le brinda la flexibilidad que necesita para aprovechar las inversiones de marketing existentes para impulsar las estrategias de marketing a través de Pega y de las tecnologías de marketing con las que cuenta.
- Supervise y rastree la efectividad del marketing a través de todos los canales, segmentos y productos con un panel de informes visual.
- La prueba de escenarios y la simulación de resultados de los programas de marketing futuros le permiten tomar las decisiones correctas antes de ejecutar sus planes.
- Evolución con un método de autoaprendizaje controlado comercial: Pega Marketing utiliza algoritmos de aprendizaje automático exclusivos para asegurarse de que los representantes de marketing puedan desarrollar de manera continua las estrategias de clientes sin tener que recurrir ampliamente a los ingenieros de datos.

## Cómo mejorar el valor duradero del cliente

- Maximice los ingresos con programas de adquisición proactiva, ventas cruzadas, ventas adicionales, retención y automatización de marketing (Nurturing).
- Los representantes de marketing pueden crear estrategias de captación omnicanal que analizan continuamente el historial del cliente y muchos atributos personalizables diferentes para determinar la mejor oferta, el tratamiento específico, el mejor momento y el mejor canal para interactuar con los clientes actuales y los potenciales.
- El método de mejor acción siguiente (Next-Best-Action) utilizado en marketing proporciona un equilibrio entre lo que el cliente desea y el objetivo que la empresa intenta alcanzar, calculando un caso de negocio 1-1 personalizado para cada cliente individual en cada interacción.
- Las estrategias pueden diseñarse teniendo en cuenta restricciones adicionales que presenta la empresa, ya sean relativas al producto, riesgo, presupuesto o de carácter operativo.

Contextualizado

Centrado en el valor del cliente

Adaptación continua

