

Conheça as jornadas preditivas

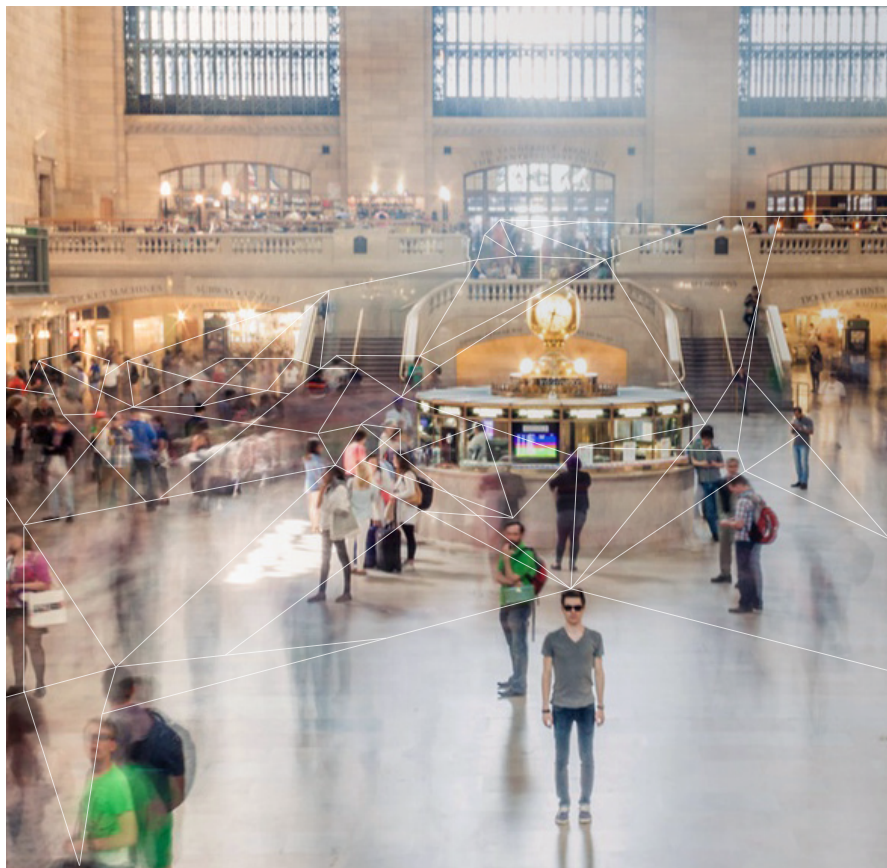
Faça com que a ciência de dados aplicada trabalhe para você.



O desafio dos profissionais de marketing

A jornada do cliente é uma experiência viva e orgânica. É toda uma vida. Os gostos mudam. Hoje, os clientes interagem com as marcas que adoram usando um crescente número de canais com velocidade notável e não é mais possível classificá-los nos desajeitados segmentos tradicionais. Como profissional de marketing, não é mais suficiente atribuir mensagens predeterminadas ao cliente.

Conheça a ciência de dados.



A jornada preditiva

O sistema analisa dados, evidencia insights e incentiva ações de forma automática e contínua. Ele identifica os comportamentos e atributos mais importantes do cliente, segmenta públicos corretamente e usa a automação para atuar com base nos dados em tempo real, fornecendo dinamicamente experiências personalizadas.

O uso da ciência de dados permite que os profissionais de marketing:

- Compreendam os clientes mais do que nunca.
- Descubram novas maneiras de envolver os públicos.
- Simplifiquem a personalização e a automação.



1 Compreenda os clientes mais do que nunca.

Use dados de cliente de diversas origens, como CRM, análises da Web, email e outras, além de detectar tendências e oportunidades em tempo real. Conheça os clientes o suficiente para prever o que farão em seguida e esteja pronto com um bom conteúdo.

2 Descubra novas maneiras de envolver os públicos.

Os profissionais de marketing usam direcionamento, filtragem e segmentação tradicionais para criar hipóteses sobre o envolvimento. Usando a ciência de dados, os profissionais de marketing agora podem realmente compreender quais comportamentos geram envolvimento. Com isso, eles podem fornecer o conteúdo certo na hora certa para cada cliente individual, criando jornadas altamente personalizadas.

3 Simplifique a personalização e a automação.

Quando o comportamento do cliente muda, o sistema adapta automaticamente a jornada. Sem suposições. Sem erros.



Veja a ciência de dados em ação.

Antes, os profissionais de marketing tinham de atribuir valores aos clientes. Vamos supor que um desses profissionais quisesse identificar clientes propensos a cancelar a assinatura da newsletter. Eles poderiam selecionar manualmente um segmento de clientes, enviar essa seleção a um analista de dados para avaliação e aguardar os resultados. Esse processo não ocorria em tempo real, e nem sempre funcionava.

Por outro lado, o sistema pode usar uma pontuação do envolvimento de cada pessoa para discernir automaticamente os clientes mais envolvidos dos que provavelmente cancelarão a assinatura. Com isso, cada segmento específico pode ser alcançado com uma jornada altamente direcionada, de forma automática.

Os mais propensos a cancelar a assinatura são colocados em um processo de novo envolvimento específico para reconquistá-los. Quando ocorrer o novo envolvimento, eles serão automaticamente redirecionados a uma jornada mais adequada, com conteúdo relevante.



“

O sistema pode discernir automaticamente os clientes mais envolvidos dos que provavelmente cancelarão a assinatura.

”



Elimine as suposições e crie grandes experiências.

Crie jornadas de cliente preditivas com o Marketing Cloud.

SOLICITE UMA DEMONSTRAÇÃO

Visite salesforce.com/br/marketing-cloud para saber mais.





THE CUSTOMER SUCCESS PLATFORM
SALES SERVICE MARKETING COMMUNITY ANALYTICS APPS IoT