



e-book

4 segredos para oferecer uma experiência de cliente mágica com gerenciamento inteligente de dados

informatica.com



4 segredos para oferecer uma experiência de cliente mágica com gerenciamento inteligente de dados

Conteúdo

Introdução	3
CX deixa uma impressão duradoura	5
4 segredos para oferecer uma experiência de cliente mágica com gerenciamento inteligente de dados	8
1. Conecte todos os dados do cliente juntos	9
2. Libere o valor dos dados do seu cliente	11
3. Ajude seus clientes a sentir que estão tomando a decisão certa	13
4. Faça mais pelo seu cliente com menos recursos	15
Garanta uma CX de alto nível com a Informatica	17
Recursos adicionais	18
Sobre a Informatica	19

4 segredos para oferecer uma experiência de cliente mágica com gerenciamento inteligente de dados

Apresentação

Antigamente, a impressão que o cliente tinha de sua empresa era baseada exclusivamente em encontros cara a cara ou por telefone. A economia digital mudou tudo isso. Hoje, o número de oportunidades para as marcas interagirem com as pessoas cresceu exponencialmente, aumentando o potencial para experiências altamente fragmentadas. Com desenvolvimentos transformacionais como redes sociais, comércio on-line e computação em nuvem, a natureza da experiência do cliente (CX) se transformou em um novo paradigma. Ela mudou de transacional para experiencial – de alcance restrito para escopo ilimitado.

Agora, qualquer um dos inúmeros pontos de contato entre cliente e empresa pode fazer a diferença entre fechar um negócio ou fechar a porta para qualquer negócio futuro. Há muitas oportunidades para interagir e, se essas interações não estiverem conectadas, se uma mão não sabe o que a outra está fazendo, a chance de você perder um cliente é muito maior.¹

De acordo com uma pesquisa recente, mais da metade dos americanos diz que deixaria de usar uma marca após uma experiência ruim.²

Para os clientes, é o melhor dos tempos para a CX. Num piscar de olhos, eles podem entrar em contato com praticamente qualquer empresa através de qualquer canal, de chat bots a atendimento ao cliente.

Mas, para as empresas, pode ser o pior dos tempos sem uma forma de acessar, conectar, analisar e agir nestes pontos de contato, desde o primeiro contato à venda final.

Com tantos pontos de contato críticos capturados no domínio digital, as marcas se veem afogadas em um mar de dados de clientes não minerados, presos em aplicações de silos, on-premises e na nuvem, e em várias linhas de negócios.

¹ https://www.salesforce.com/content/dam/web/en_us/www/documents/research/salesforce-state-of-the-connected-customer-fifth-ed.pdf

² <https://www.newsweek.com/most-americans-would-stop-using-brand-after-1-bad-experience-survey-1726937>

4 segredos para oferecer uma experiência de cliente mágica com gerenciamento inteligente de dados

Qual é o sentido de todos esses dados se você não puder colocá-los para funcionar?

O novo paradigma da CX exige uma nova estratégia, uma nova abordagem para possibilitar que as pessoas coloquem todos os dados do cliente para funcionar. Você pode fornecer insights acionáveis a todos os usuários, incluindo cientistas de dados, analistas de dados, vendas, atendimento ao cliente e marketing. Aproveitar o valor inovador de seus dados depende de sua capacidade de encontrar, entender e confiar nos dados para uso e, na nuvem, é muito mais rápido e fácil fazer isso do que nunca antes.

Dados acessíveis, confiáveis e conectados são a base de uma CX excepcional. Se você estiver contando com dados que permanecem em silos, on-premises ou gerenciados por meio de processamento em massa provavelmente descobrirá que esses modelos são lentos e impraticáveis. Isso ocorre porque eles são projetados para rastreamento intermitente e cenários de TI desatualizados, e não para engajamento em tempo real e expectativas atuais do cliente.

Nas organizações modernas, cada funcionário tem um papel a desempenhar na entrega da experiência. E, do alto escalão da empresa ao funcionário da linha de frente, os dados são a base para atrair, converter, atender e reter clientes.

E, se algum deles falhar, os clientes notarão a diferença.

³ <https://www.airtable.com/lp/resources/reports/2022-marketing-trends>

De acordo com a McKinsey, as empresas que gerenciam bem a CX podem obter uma melhoria de 20% na satisfação do cliente, um aumento de 15% na conversão de vendas e um custo de atendimento 30% menor.³

CX deixa uma impressão duradoura

A CX é um tópico amplo e se resume à impressão duradoura que seus clientes têm de sua marca em todos os aspectos de sua jornada com você, desde a primeira interação até a mais recente. Isso resulta em uma visão abrangente da sua marca e impacta fatores relacionados ao seu resultado final, incluindo receita e resultados.

Os dois elementos principais que criam a experiência do cliente são as **pessoas** e os **produtos**. Faça a si mesmo estas perguntas sobre seus clientes:

- Você sabe quem eles são, onde estão em seu ciclo de vida e do que precisam?
- Eles podem confiar nas informações do produto em seu site para encontrar o que precisam e confiar que as informações estão representadas com precisão lá?
- Eles estão satisfeitos com a atenção que recebem do suporte ao cliente para ajudar a resolver um problema?

Estes são alguns exemplos gerais de quais fatores estão em jogo ao criar uma ótima CX. E não se engane sobre isso. Quem tem o poder são os clientes, não os vendedores.

Quem deu a eles esse poder?

Nós, com uma pequena ajuda da rede mundial de computadores.

Os clientes têm uma infinidade de opções de produtos e fornecedores dentre os quais escolher. Eles também têm os recursos necessários para se informar e fazer compras por conta própria.

É por isso que é tão importante proporcionar uma experiência marcante, não ter atrito e fazer com que seus clientes queiram continuar fazendo negócios com você. Os clientes são seu melhor recurso para aumentar o reconhecimento de sua marca e seus resultados.

4 segredos para oferecer uma experiência de cliente mágica com gerenciamento inteligente de dados

Então, como você pode medir sua CX para determinar o que está fazendo bem e onde há espaço para melhorias?

Mesmo o exército mais avançado de especialistas em dados tem dificuldade em acompanhar a complexidade e o volume de dados, sistemas e aplicações que armazenam esses dados. Mas a chave para dominar tudo com sucesso não vem em um passe de mágica. Vem da parceria com a TI para criar um ambiente de dados melhor que abre as portas para a excelência em CX e comércio omnicanal. Em nossa era de hiper envolvimento do cliente e transações omnicanais, isso significa que toda a empresa precisa mudar de encontrar dados para usar dados, a fim de criar uma CX mágica.

Para poder prever os produtos que os clientes desejam e oferecer as experiências personalizadas que eles esperam, as empresas precisam colher insights de dados relevantes. Elas precisam entender tudo, desde os níveis de satisfação até a fidelidade à marca. Elas precisam saber se o cliente Dan Jones é a mesma pessoa Daniel T. Jones Jr., e como ele se sentiu em relação a sua mercadoria e experiência de suporte ao cliente.

O que fazer em seguida.

Cada ponto de contato digital com um cliente, funcionário ou parceiro tem o potencial de gerar dados valiosos que podem fazer a diferença entre uma CX medíocre e uma alucinante.

⁴ Ibid.

A aceleração do comércio digital aumentou o volume de pedidos de conteúdo e campanhas. As solicitações de conteúdo e campanha aumentaram 52% no último ano.⁴

4 segredos para oferecer uma experiência de cliente mágica com gerenciamento inteligente de dados

Você sabia?

- Menos da metade dos profissionais de marketing entrevistados confiam em sua capacidade de usar dados para melhorar a tomada de decisões e o desempenho, citando como desafios: encontrar dados entre sistemas (33%), dados inconsistentes entre sistemas (39%), problemas de qualidade de dados (26%).⁵
- O crescente número de aplicações usados para gerenciar a CX está criando silos de engajamento, com 60% dos clientes dizendo que geralmente parece que estão se comunicando com departamentos separados, não com uma empresa.⁶
- A produtividade de marketing é prejudicada por processos manuais e fluxos de trabalho desconectados, com desafios que incluem fluxos de trabalho ineficientes (27%), silos de informações entre equipes (26%) e duplicação de trabalho (24%).⁷

⁵ <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/survey-us-consumer-sentiment-during-the-coronavirus-crisis>

⁶ https://www.salesforce.com/content/dam/web/en_us/www/documents/research/salesforce-state-of-the-connected-customer-fifth-ed.pdf

⁷ <https://www.airtable.com/lp/resources/reports/2022-marketing-trends>

4 segredos para oferecer uma experiência de cliente mágica com gerenciamento inteligente de dados

4 segredos para oferecer uma experiência de cliente mágica com gerenciamento inteligente de dados

Dado o volume e a variedade de dados e canais que estão entrando na empresa hoje, manter-se atualizado requer uma abordagem inteligente orientada por IA para gerenciar seus dados.

Usar ferramentas de análise de dados com tecnologia de IA para prever o que os clientes desejam é a melhor forma de processar grandes quantidades de dados em insights acionáveis. No entanto, os insights são limitados pelo ambiente de TI que os gerencia. Somente uma infraestrutura nativa da nuvem moderna, automatizada e escalável colherá os maiores benefícios, mantendo a relação custo-benefício.

As empresas que procuram realmente transformar a maneira como lidam com as mudanças constantes nos mercados e no comportamento dos clientes também precisam implantar novas aplicações de negócios na nuvem. Isso ajuda a garantir que os dados sejam rapidamente integrados a aplicações críticas e compartilhados por usuários em toda a empresa.

Aqui estão quatro segredos para alcançar uma CX mágica com gerenciamento de dados baseado em IA na nuvem.

4 segredos para oferecer uma experiência de cliente mágica com gerenciamento inteligente de dados

Parece um passe de mágica obter uma visão única do seu cliente?

1. Conecte todos os dados do cliente juntos

Criar uma visão única e compartilhada do cliente é uma das coisas mais desafiadoras e valiosas que os líderes de vendas, marketing e CX podem alcançar. Com 88% dos clientes dizendo que a CX é tão importante quanto os produtos ou serviços de uma empresa, uma visão de cliente única em toda a empresa é essencial para alinhá-la em torno do cliente.⁸ Com uma única fonte de dados de clientes, você pode aumentar a aquisição, o crescimento e a retenção de clientes.

Dados unificados de clientes e relacionados geram perfis robustos que fornecem uma visão de 360 graus de como as atividades nas áreas funcionais afetam a experiência geral com sua marca.

No entanto, 69% das empresas dizem não ter uma visão 360 graus.⁹ Eles lutam para coletar, unificar e analisar os dados do cliente porque os dados críticos de que precisam para melhorar os resultados estão fragmentados em aplicações de linha de negócios, em desktops e em todos os armazenamentos de dados analíticos. Isso torna difícil ver, entender e agir com clareza sobre os pontos problemáticos, necessidades e preferências do cliente.

Com uma plataforma de gerenciamento de dados em nuvem inteligente de ponta a ponta, você pode unificar silos de dados com uma visão de cliente única que seja precisa e confiável.

Sua visão de cliente única torna-se o catalisador para a criação de formas novas e inovadoras de interagir com os clientes de forma mais consistente e com maior relevância.

O resultado?

Estratégias de marketing e táticas de campanha são formadas e testadas mais rapidamente, alimentadas por insights mais profundos. As conversas de vendas tornam-se mais engenhosas, relevantes e eficazes com maior confiança e visibilidade das necessidades do cliente. Os recursos de serviço e suporte são alocados de forma mais eficiente, com um tempo de resolução mais rápido a partir de visualizações mais precisas do cliente. Os processos de negócios são automatizados e otimizados e a conformidade regulamentar torna-se mais simples, enquanto os KPIs críticos aos negócios são rastreados e compreendidos com mais facilidade.

Alguns benefícios de uma visão de cliente única

- Compartilhar e usar as informações do cliente de uma única fonte de verdade
- Disponibilizar os dados certos no momento certo para as pessoas certas
- Automatizar e otimizar os processos de negócios
- Eliminar versões conflitantes dos mesmos dados
- Melhorar a conformidade com os regulamentos
- Fornecer inteligência de dados profunda e ampla
- Rastrear e entender facilmente os KPIs críticos aos negócios
- Proteger dados confidenciais

⁸ https://www.salesforce.com/content/dam/web/en_us/www/documents/research/salesforce-state-of-the-connected-customer-fifth-ed.pdf

⁹ <https://www.customerengagementinsider.com/analytics/whitepapers/market-study-customer-intelligence-analytics>

4 segredos para oferecer uma experiência de cliente mágica com gerenciamento inteligente de dados

Para aumentar a aquisição, crescimento e retenção de clientes, você precisa criar uma única fonte de dados do cliente, uma visão única. Isso exige uma nuvem de gerenciamento de dados altamente escalável, segura e confiável para atingir o foco no cliente. Ela também capacitará seus analistas de negócios, cientistas de dados e equipes a encontrar e conectar todos os seus dados e criar perfis de clientes completos e confiáveis.

Na prática: Como o Union Bank das Filipinas aumentou a receita em 12 vezes ao obter uma visão de cliente única

O **Union Bank das Filipinas** precisava se tornar um banco 100% digital, aprimorar a conformidade e melhorar a qualidade dos dados para iniciativas de conhecimento do cliente (KYC). Eles queriam promover a inclusão financeira, aumentar as oportunidades de vendas e fornecer os serviços certos para seus clientes. A Informatica os ajudou a aumentar a receita em 12x por meio de vendas cruzadas e adicionais aprimoradas com base em uma visão de cliente única. O banco gerou taxas de conversão mais altas ao se adaptar às mudanças nas condições do mercado e envolver os clientes com informações relevantes e contextuais sobre produtos em novos canais, como comércio social, anúncios de compra e digitalização da experiência na loja.



"Como temos o golden record com a Informatica, sabemos se um cliente está em dia e podemos aprovar um empréstimo em menos de três minutos."

Henry Aguda

Diretor de tecnologia e operações
e Diretor de Transformação
Union Bank das Filipinas

4 segredos para oferecer uma experiência de cliente mágica com gerenciamento inteligente de dados

Você já liberou o poder oculto dos dados usando as análises?

2. Libere o valor dos dados do seu cliente

De acordo com o Gartner, até 2025, 70% das empresas de capital aberto que superam os concorrentes nas principais métricas financeiras também relatarão ser focadas em dados e análises.¹⁰

Graças ao segredo nº 1 da CX, você pode reunir todos os seus dados em um só lugar. Mas como você pode colocar esses dados para trabalhar para surpreender seus clientes? Em outras palavras, como você pode aumentar o ROI de marketing e reduzir os custos com dados confiáveis para insights do cliente?

O marketing está sob maior análise para demonstrar o retorno sobre o investimento em conteúdo e campanhas. No entanto, apenas 30% dos líderes de marketing têm visibilidade moderada do ROI da campanha.¹¹

Como líder de vendas, marketing ou experiência do cliente, você desempenha um papel crítico em capacitar sua equipe a usar dados para insights preditivos para:

- Oferecer experiências perfeitas entre canais
- Tomar a próxima melhor ação
- Medir e relatar as atividades para visibilidade do que está funcionando e do que não está

No entanto, os dados do cliente estão em toda parte. Com os interesses e comportamentos dos clientes em rápida mudança, você precisa conectar seus dados e colocá-los em uso para insights poderosos de cliente que:

- Informam campanhas e atividades de marketing
- Alinham-se com as prioridades e ofertas de vendas, pontos de contato e canais
- Apoiam a resolução de atendimento ao cliente e contato proativo
- Esclarecem estratégias corporativas

Alguns benefícios da análise do cliente

- Oferece maior ROI
- Fornece suporte para praticamente qualquer padrão de acesso a dados
- Ajusta-se a modelos e volumes de dados complexos
- Acelera o tempo de valorização
- Mantém os dados precisos, completos e prontos para uso
- Oferece qualidade e enriquecimento de dados automatizados
- Protege a exposição de dados confidenciais
- Oferece resultados baseados em valor

¹⁰ Gartner, How to Optimize Enterprise Value From Data and Analytics, Rita Sallam, 10 de outubro de 2022

¹¹ <https://www.airtable.com/lp/resources/reports/2022-marketing-trends>

4 segredos para oferecer uma experiência de cliente mágica com gerenciamento inteligente de dados

Uma plataforma de gerenciamento de dados em nuvem inteligente de ponta a ponta transforma suas análises de clientes em valor comercial rápido por meio de uma compreensão mais profunda dos clientes e de suas motivações e comportamentos. Sua equipe pode criar ofertas de marketing mais focadas, fortalecer o alinhamento do território de vendas, resolver problemas mais rapidamente, otimizar canais e desenvolver planos e medir resultados com mais eficiência.

Os resultados são melhores experiências e aumento na:

- **Aquisição de clientes, vendas cruzadas e vendas** por meio de perfis aprimorados, segmentação/alvo e recomendações de produtos
- **Retenção e fidelidade do cliente** por meio de uma previsão de rotatividade mais precisa e recomendações da próxima melhor ação
- **Conversão do cliente** com interações entre canais mais cronometradas e mais relevantes, consistentes e contextuais

Análises e insights mais profundos do cliente com dados confiáveis aumentam a competitividade, promovendo melhores escolhas para o crescimento e a sobrevivência. Insights confiáveis de clientes podem reduzir custos e aumentar o ROI de marketing. Eles ajudam você a entender verdadeiramente o que seus clientes desejam, quais canais estão usando e o que estão experimentando ao longo do caminho.

Na prática: Como a Humana aprimorou a CX e criou planos melhores usando dados de interação com o cliente

A **Humana**, uma empresa de saúde com foco no consumidor, precisava criar planos e programas mais personalizados, aproveitando todos os dados de interação do cliente para obter mais informações sobre as necessidades e comportamentos do cliente. Cada unidade operacional precisava estar prontamente disponível para usuários corporativos em todo o espectro de sua jornada de saúde ao longo da vida. Com a ajuda da Informatica, a Humana alavancou uma visão integrada do comportamento do cliente interno e externo para desenvolver programas baseados em resultados que resultaram em custos mais baixos e maior retenção de clientes.

Humana.

"A Informatica nos dá uma visão mais profunda de como nossos clientes interagem conosco. Agora podemos analisar informações de vários ângulos e criar programas e planos personalizados que maximizam a saúde de nossos clientes e de nossos negócios."

Phani Konduru

Líder de TI de engajamento do consumidor, dados corporativos e analítica
Humana

4 segredos para oferecer uma experiência de cliente mágica com gerenciamento inteligente de dados

Fornecer uma experiência omnicanal perfeita parece algo fora da realidade?

3. Ajude seus clientes a sentir que estão tomando a decisão certa

A evolução das expectativas dos clientes em relação às experiências digitais e as preocupações com a inflação estão mudando o comportamento de compra. De acordo com uma pesquisa recente, 79% dos consumidores planejam continuar explorando novas marcas ou produtos alternativos.¹²

Graças ao segredo nº 2 da CX, a análise está ajudando você a conhecer melhor seus clientes e quais produtos eles provavelmente comprarão. Mas você é capaz de traduzir essas informações em ação e receita? Quando você oferece um serviço de melhor qualidade, você aumenta a satisfação do cliente, o que gera mais receita.

Mas você precisa ser capaz de garantir que os dados do produto que você usa possam impulsionar as vendas e o marketing. É fundamental se comunicar, interagir e negociar consistentemente com os clientes em todos os seus canais.

Se seus dados estiverem fragmentados e seus canais de comércio estiverem isolados, será difícil entregar as informações e recomendações certas nos canais certos. Você corre o risco de perder vendas valiosas e diminuir sua pontuação de reputação de marca suada se seu marketing contiver descrições de produtos imprecisas ou incompletas, informações de preços incorretas ou mídia avançada ausente.

As soluções inteligentes de gerenciamento de informações de produtos fornecem uma forma sistemática de simplificar e automatizar com precisão o complexo gerenciamento e distribuição em tempo real de dados e conteúdo de produtos em sistemas internos e externos. Elas ajudarão você a:

- **Conectar** e integrar todos os sistemas em toda a empresa que contenham e requeiram informações do produto
- **Certificar-se** de que as informações do produto sejam precisas, completas e consistentes em todos os sistemas

Alguns benefícios do comércio omnicanal

- Gerenciar dados uma vez e distribuir para todas as aplicações
- Aumentar a colaboração com fluxos de trabalho integrados
- Entregar um tempo de lançamento mais rápido no mercado com catálogos de produtos personalizados para diferentes canais
- Aumentar as taxas de conversão com dados personalizados e contextuais
- Trocar dados e conteúdo entre aplicações e canais automaticamente
- Reduzir os custos eliminando a integração manual
- Gerenciar APIs, processos e fluxos de trabalho centralizadamente

¹² <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/survey-us-consumer-sentiment-during-the-coronavirus-crisis>

4 segredos para oferecer uma experiência de cliente mágica com gerenciamento inteligente de dados

- **Estruturar** informações e catálogos de produtos de acordo com os requisitos de diferentes mercados e canais
- **Distribuir** informações de produtos em vários idiomas para oferecer suporte a SEO, campanhas de marketing e atividades comerciais

No mundo digital, os clientes mudam de marca em um piscar de olhos. É por isso que é fundamental chegar ao mercado mais rapidamente para vencer a concorrência, aumentar o tamanho dos pedidos, minimizar devoluções e reduzir custos. E tudo isso depende da sua capacidade de:

- Fornecer descrições de produtos precisas
- Envolver vídeos e outros conteúdos para atrair a atenção das pessoas
- Fazer recomendações de substituição instantânea quando um produto estiver esgotado

Na prática: Como a PUMA SE aumentou as taxas de conversão em 10% por meio da distribuição de conteúdo em canais digitais

A Puma, conhecida por seus calçados de estilo de vida e roupas esportivas, precisava unificar as experiências do cliente em todas as regiões, canais e pontos de contato. Ao mesmo tempo, a empresa queria centralizar os dados do produto armazenados em vários sistemas isolados e manter a qualidade dos dados do produto e a governança de dados consistentes. Com a Informatica, eles conseguiram aumentar a retenção e a fidelidade do cliente conectando dados de clientes, produtos e uso para acelerar a resolução de problemas, melhorar a precisão da previsão de rotatividade e aprimorar as recomendações da próxima melhor ação.



"Graças à alta qualidade e informações ricas sobre produtos, fluxos de trabalho aprimorados e processos de gerenciamento de dados com a Informatica, a PUMA se beneficia da redução significativa da complexidade e do progresso em seu sucesso de transformação digital."

Heike Zenkel

Chefe de equipe de gerenciamento de conteúdo, comércio eletrônico global
PUMA

4 segredos para oferecer uma experiência de cliente mágica com gerenciamento inteligente de dados

No escuro quando se trata de gerenciar processos e aplicativos do cliente?
Saiba que você não está sozinho.

4. Faça mais pelo seu cliente com menos recursos

Graças ao segredo nº 3 da CX, você conseguiu conquistar o cliente. Mas como você pode melhorar a CX e otimizar os processos de comércio conectando aplicativos e automatizando fluxos de trabalho?

Muitas organizações dizem que a modernização de aplicações para a nuvem na verdade aumentou a complexidade da empresa. Isso se deve em grande parte ao crescente número de novas aplicações na empresa, como aplicações móveis e SaaS especializados e desenvolvidos sob medida. Embora parte da promessa de migrar para a nuvem envolve simplificar processos, o problema é que os dados e os fluxos de trabalho criados por meio desses processos parecem mais isolados e desconectados do que nunca.

Quando se trata de seus processos de negócios, como você pode fazer mais com menos? A chave para o sucesso é conectar processos de dados enquanto integra dados e fluxos de trabalho. Isso capacita você a:

- Melhorar a entrega de ofertas personalizadas em vários pontos de contato com o cliente

- Simplificar a integração do cliente, a entrega de produtos e o suporte de autoatendimento
- Aprimorar o planejamento e a ativação de campanhas
- Fornecer distribuição perfeita de informações e conteúdo de produtos em vários canais de comércio

Quando se é possível conectar tudo rapidamente por meio da automação inteligente de dados e processos, a visibilidade para o cliente aumenta, a colaboração melhora e obtém-se a eficiência entre as equipes funcionais. Uma plataforma de gerenciamento de dados em nuvem inteligente de ponta a ponta pode ajudá-lo a quebrar os silos de dados e simplificar a complexidade para:

- Conectar aplicações de forma mais integrada com repositórios de dados para praticamente qualquer latência de dados, streaming, tempo real ou em massa
- Sincronizar fluxos de trabalho entre aplicações com desenvolvimento de API de low/no code

Alguns benefícios da integração de processos e aplicações

- Gerenciar dados uma vez e distribuir para todas as aplicações
- Aumentar a colaboração com fluxos de xtrabalho integrados
- Alcançar um tempo de comercialização mais rápido com catálogos de produtos personalizados para diferentes canais
- Aumentar as taxas de conversão com dados personalizados e contextuais
- Acelerar o tempo de lançamento no mercado trocando automaticamente dados e conteúdo entre aplicações e canais
- Reduzir os custos eliminando a integração manual
- Gerenciar APIs, processos e fluxos de trabalho centralizadamente

4 segredos para oferecer uma experiência de cliente mágica com gerenciamento inteligente de dados

- Apoiar a democratização de dados com descoberta automatizada de dados e as aplicações que contêm dados
- Garantir a precisão e a consistência dos dados entre os aplicações
- Mapear como os dados fluem entre aplicações em um processo de negócios
- Integrar e automatizar dados, processos e fluxos de trabalho

O resultado? Tomada de decisão mais rápida e melhor e maior adaptabilidade às mudanças nas condições de negócios. Ao reduzir os processos manuais demorados e propensos a erros, você pode gastar menos tempo discutindo a origem e a qualidade dos dados e mais tempo inovando.

Na prática: Como a Reitmans aumentou a satisfação e a fidelidade do cliente ao modernizar os processos do cliente

A Reitmans, uma importante varejista especializada em roupas femininas, com pontos de venda em todo o Canadá, precisava simplificar a integração de dados em um ambiente de TI complexo, incluindo sistemas on-premises, na nuvem e de terceiros. Eles queriam conduzir uma estratégia omnicanal para oferecer aos clientes mais flexibilidade e conveniência, ao mesmo tempo em que proporcionavam uma experiência de comércio eletrônico perfeita. Com a Informatica, eles conseguiram automatizar e simplificar processos como ativação de campanha, distribuição de conteúdo, integração de clientes e entrega de pedidos para oferecer uma CX aprimorada.

The logo for Reitmans, featuring the brand name in a stylized, handwritten-style script.

"A Informatica conecta os pontos entre todas as aplicações que contribuem para a jornada do cliente, movendo dados em um ambiente complexo. E à medida que movemos mais sistemas para a nuvem, a Informatica nos ajudará a chegar lá mais rapidamente."

Carlo Varano

Diretor, Sistemas de Aplicação,
Reitmans Ltd.

Garanta uma CX de alto nível com a Informatica

Cada ano traz novas incertezas devido às mudanças nas demandas dos clientes, evolução dos fatores econômicos e regulatórios e aumento da concorrência. Para superar seus desafios de CX mais críticos, as empresas precisam de dados confiáveis e de alta qualidade que sejam acionáveis em escala. Em outras palavras, os dados são o coração da CX. É por isso que garantir que seus dados estejam prontos para serem usados por pessoas, aplicações e IA/**machine learning** deve ser um dos principais imperativos de negócios de todas as corporações e é um tema que não deve ser deixado para o departamento de TI gerenciar sozinho.

Há muitas ferramentas disponíveis para ajudá-lo com um ou outro aspecto da CX. Mas apenas o premiado Informatica **Intelligent Data Management Cloud™** (IDMC), alimentado pelo mecanismo **CLAIRE®** AI, oferece o que você precisa em uma única plataforma para ajudá-lo a:

- Garantir que seus dados sejam confiáveis, utilizáveis e acessíveis por equipes técnicas e não técnicas, em qualquer escala, sem sacrificar o desempenho
- Entender quais dados do cliente existem e onde, por meio da descoberta e catalogação automatizada de dados
- Unificar seus dados de várias aplicações para criar perfis de clientes confiáveis

- Carregar dados em plataformas de análise usando integração de dados simplificada
- Melhorar a precisão e integridade dos dados com recursos de limpeza e enriquecimento de dados
- Garantir a consistência de dados entre aplicações e análises por meio da masterização
- Compartilhar dados com facilidade e conformidade, entendendo as políticas que regem seus dados e criando um **mercado de dados** para facilitar o acesso e a compreensão
- Torne os dados acionáveis em aplicativos, processos e canais digitais, usando APIs e automação de processos

4 segredos para oferecer uma experiência de cliente mágica com gerenciamento inteligente de dados

Recursos adicionais

Quando estiver pronto para tornar a experiência do cliente mágica com a Informatica, você pode:

- Visite a [página de soluções de experiência do cliente](#).
- Assista ao vídeo, "[Como transformar oceanos de dados em inteligência do cliente](#)".
- Leia o guia "[Estratégias de dados do cliente para leigos](#)".



Sobre nós

Na Informatica (NYSE: INFA), acreditamos que os dados são a alma da transformação dos negócios. É por isso que ajudamos você a transformá-las de informações simplesmente binárias em inovações extraordinárias com nossa Informatica Intelligent Data Management Cloud™. Equipado com IA, é a única nuvem dedicada ao gerenciamento de dados de qualquer tipo, padrão, complexidade ou carga de trabalho em qualquer local - tudo em uma única plataforma. Esteja você conduzindo análises de última geração, entregando experiências de cliente perfeitamente sincronizadas ou garantindo governança e privacidade, você sempre pode saber que seus dados são precisos, seus insights são acionáveis e suas possibilidades são ilimitadas.

Sede América Latina
Av. das Nações Unidas, 12901 - 3º,
Andar - Torre Norte - Brooklin Novo,
04578-000 - São Paulo, SP
Tel.: 0800-878-3060
Fax: (55 11) 5103-5923
Ligação gratuita nos EUA: 1.800.653.3871

informatica.com/br
linkedin.com/company/informatica
twitter.com/Informatica

**ENTRE EM CONTATO
CONOSCO**

IN19-0123-4499

© Copyright Informatica LLC 2023. Informatica e o logotipo da Informatica são marcas comerciais ou marcas registradas da Informatica LLC nos Estados Unidos e em outros países. Uma lista atualizada de marcas comerciais da Informatica está disponível na web em <https://www.informatica.com/br/trademarks.html>. Outros nomes de empresas e produtos podem ser nomes comerciais ou marcas comerciais de seus respectivos proprietários. As informações contidas nesta documentação estão sujeitas a alterações sem notificação prévia e foram fornecidas "COMO SE ENCONTRAM", sem garantias de qualquer espécie, expressas ou implícitas.

informatica.com