



Le Golden Profile

Aigüisez le profil de vos clients - avec Ground Truth

Cloud, Internet des objets, Big Data... Impossible aujourd'hui de passer à côté de ces nouveaux termes. Ils font partie du monde connecté qui ouvre de nouvelles perspectives aux entreprises. En lieu et place des filiales et autres points de vente, on voit désormais proliférer des plates-formes numériques sur lesquelles les clients se servent eux-mêmes. Les avantages en sont évidents : tout va plus vite, le fonctionnement est simple et les produits sont immédiatement disponibles, personnalisés qui plus est. Mais parallèlement, les défis que les entreprises doivent relever apparaissent clairement. En premier lieu, les entreprises doivent se convertir au numérique. Ensuite, elles doivent pouvoir accompagner leurs clients dans l'univers du numérique. Enfin, et c'est l'un des enjeux majeurs, elles doivent acquérir une compréhension totale de leurs clients, afin de pouvoir les accompagner tout au long de leur parcours individuel.

Pourtant, il devient de plus en plus difficile d'établir une telle vision à 360 ° du client, du fait de l'avènement du numérique : en effet, le nombre et la diversité des plates-

formes sur lesquelles le client numérique laisse des traces ne cessent de croître. Par conséquent, le fournisseur qui souhaite suivre ces traces doit s'atteler à collecter ces informations, les actualiser régulièrement et les rendre exploitables pour les analyser.

Les entreprises ne peuvent faire face à ce dilemme qu'en réunissant toutes les informations dont elles disposent sur un client, c'est-à-dire aussi bien les données de référence que les données de mouvement (données de transaction et d'interaction), afin de les intégrer dans des processus et des modèles de gestion réinventés.

Or, l'enregistrement du Golden Record ne suffit pas, car il ne comprend que les données de référence. Pour relever les défis du passage au numérique, les entreprises doivent s'appuyer sur une méthodologie innovante pour les processus et les solutions, Ground Truth, qui offre une image complète et fiable de toutes les données, et donc de la réalité du terrain.

GROUND TRUTH

Ground Truth est constitué de toutes les données de référence clients et des données de mouvement :

- Les données de référence clients disponibles provenant des différentes sources (le Golden Record)
- Les données clients en combinaisons avec les données d'interaction et de transaction,
- De chaque client unique pour une réelle vision client à 360 degrés (Golden Profile).

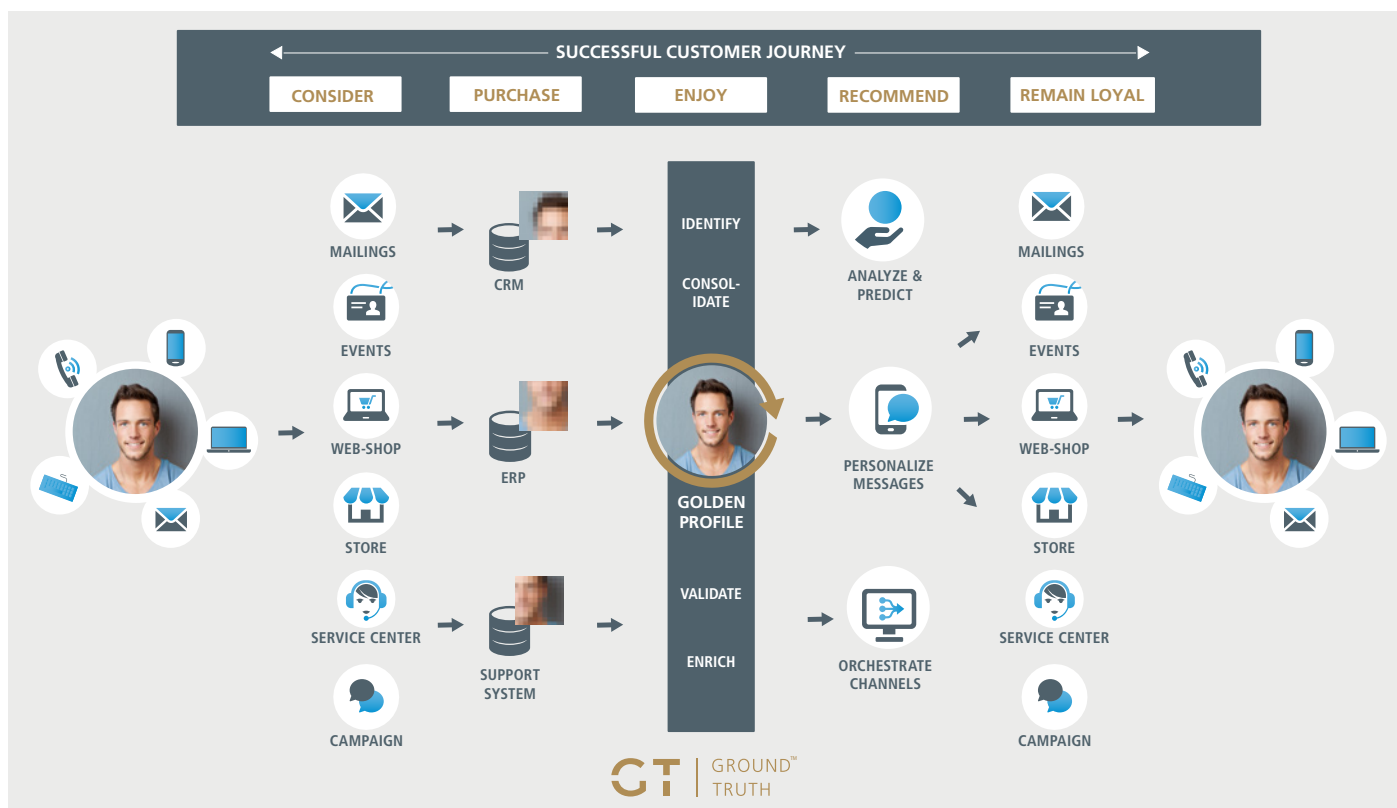
Les données de mouvement en revanche sont la somme des données suivantes :

- Données de comportement clients (Commandes, transactions, historique de paiement, durée de présence, etc.),
- Données de description de clients (attribut, indications personnelles, démographie, etc.),
- Caractéristiques clients (opinions, préférences, besoins, souhaits, etc.),
- Données d'interaction clients (offres, résultats, contexte, flux des clics, notes, etc.).

GOLDEN PROFILE

Le Golden Profile est un profil de référence client central, qui contient à côté des caractéristiques importantes de référence d'un client provenant des sources de données les plus variés, internes comme externes, et également les données de transaction et d'interaction. De plus il dispose des liens vers toutes les sources de données de référence, dans lesquelles les caractéristiques clients enregistrées sont utilisées. C'est la seule façon de garantir que lors de toute modification d'un attribut dans une source de données, cette modification soit synchronisée dans toute autre source l'utilisant. C'est ainsi que l'enrichissement et l'actualisation décrite ci-dessus réussissent, sans avoir à modifier manuellement les données à chaque fois.

Avec Ground Truth, il est donc possible de rassembler toutes les données clients provenant de tous les systèmes d'entreprise disponibles : données d'adresses, comportement d'achat, l'historique d'achats, préférences et les traces laissées par les clients sur internet et les médias sociaux. Car seule la combinaison de toutes ces données en une vision à 360 degrés du client rend l'image de la réalité. En quelques mots : Avec Ground Truth, les décideurs n'agissent plus dans le vide, ils sont à même de prendre des décisions pour la transformation numérique, entre autres, qui tiennent compte de la réalité du terrain.



UNISERV France

12 Rue d'Astorg, 75 008 PARIS, T: +33 (0)1 44 90 90 60, F: +33 1 44 90 90 63,

E: contact-france@uniserv.com, www.uniserv.com

© Uniserv GmbH, Pforzheim, tous droits réservés

