



Transformation numérique

Dans un monde de plus en plus numérique et interconnecté, ce ne sont au final que les entreprises qui comprennent la transformation numérique en tant que chance, qui survivront à la concurrence. Celui qui veut avoir du succès à l'avenir doit réagir aux défis structurels par des concepts intelligents et utiliser les possibilités de la numérisation et de l'interconnexion.

Les innovations des Technologies de l'Information accélèrent la transformation numérique à une vitesse incroyable : Cloud, médias sociaux, mobiles, Big Data et objets connectés influencent les stratégies, structures, cultures et processus de toutes les entreprises. Le sujet ne laisse aucun secteur indifférent, notamment parce que le client est au centre de toutes les attentions. Ses attentes envers les entreprises ont fondamentalement changé : au temps de la numérisation les clients veulent pouvoir acheter de n'importe quel endroit et à n'importe quel moment, un niveau de services très élevé et des informations accessibles de partout et en temps réel. Ils apprécient l'authenticité, la transparence et la loyauté.

En revanche, le service client, que le marketing, les commerciaux et le SAV peuvent apporter, ne peut être qu'aussi flexible, individuel et rapide que l'informatique en arrière plan qui soutient les processus. Tout cela modifie de façon radicale les procédures dans les entreprises : vous devez remettre en question vos produits et aptitudes, augmenter votre maturité numérique pour reconnaître et développer de nouvelles opportunités et les mettre en œuvre. Il s'agit d'exploiter rapidement des montagnes de données de plus en plus importantes pour pouvoir répondre de façon adéquate aux besoins des clients, mais aussi des salariés.

Une des préoccupations les plus importantes des entreprises à tendance numérique est de filtrer les données client tirées du Big Data, les interpréter et les utiliser, car c'est la seule chance de gérer « l'évènementiel client ». Nous passons du Big Data au Smart Data – donc de l'affectation continue de nouvelles données et nouvelles sources de données à chaque profil client correspondant, et donc d'un rapprochement vers une vision à 360 degrés des clients. Cela tient principalement à deux points : intégration et rapidité. Seuls ceux qui intègrent et utilisent des données, médias et canaux rapidement dans leur communication numérique arrivent à former un avantage concurrentiel.

Selon ces modifications fondamentales, il faut absolument mettre votre propre entreprise à la hauteur des exigences de demain à temps. Mais comment rendre votre entreprise « numériquement prête » ? Nous vous livrons le soutien professionnel et intelligent en conséquence. Avec notre solution complète Smart Customer MDM nous vous apportons la base nécessaire pour la mise en œuvre de la transformation numérique : des données de référence clients cohérentes, actualisées et disponibles, qui sont gérées efficacement. Smart Customer MDM rend la vision à 360° du client possible et la met à votre disposition pour les différents services et processus de l'entreprise.



MARKETING MULTICANAL

Le client d'aujourd'hui est affamé d'information, économe, flexible et mobile. Il entre de plus en plus en contact avec l'entreprise à travers différents canaux. C'est pourquoi les entreprises doivent être également présentes à tous les points de contacts pour interpeller le client avec l'offre attendue, au bon moment et à travers son canal préféré. Smart Customer MDM rassemble les données client de qualité à travers tous les canaux, permet la mise en place d'une réelle personnalisation et renforce la pertinence grâce à la vision globale du client pour une stratégie multicanal à succès.



CUSTOMER JOURNEY

Les clients rencontrent dans leur quotidien beaucoup de points de contact clients. Pour encourager les clients à acheter à ces points d'interactions, il faut les interpeller avec des offres faites sur mesure et adaptées à la situation. Pour cela, toutes les informations existantes dans l'entreprise doivent être consolidées en un seul jeu de données : le Golden Record. Ceci est pratiquement irréalisable sans soutien technique. Avec l'aide de la solution Smart Customer MDM, il est possible de créer le Golden Record automatisé grâce à un ensemble de règles individuelles. Si nécessaire, le Golden Record peut être retraité manuellement et optimisé qualitativement.



GOUVERNANCE DES DONNÉES

Pour transformer les données en patrimoine, la gouvernance des données doit être mise en place et organisée pour qu'elle soit fiable et prioritaire. Pour cela il est nécessaire de définir des fonctions, des rôles, ainsi que les responsabilités et de rassembler les connaissances sur les processus. A partir de cette base, il faut construire et faire aboutir des directives pour l'utilisation et l'entretien des données. Avec la solution Smart Customer MDM vous mettez en place une gestion de l'information à succès, car le respect des directives définies est contrôlé en continu.



INTELLIGENCE GÉOSPATIALE

La visualisation et l'analyse de données clients enrichies d'informations géographiques permettent une nouvelle vision et perception de nouvelles structures et nouvelles tendances. La possibilité de représenter les données client géographiquement cache un énorme potentiel de plus-value. L'intelligence géographique devient dans le monde numérique encore plus importante, puisque l'internet mobile permet de replacer l'information dans un contexte temporel et géographique. Des données client enrichies de codes géographiques, donc smart, sont la condition préalable pour profiter de la fusion du monde réel et du monde virtuel.



CONFORMITÉ

Le nombre de données numériques continuellement croissant est concomitant avec la pluralité des exigences réglementaires et dispositions légales. Les décrets antiterroristes européens interdisent par exemple les transactions avec des personnes ou organisations terroristes. Des défaillances à ce niveau entraînent des dommages financiers significatifs, une perte d'image et des conséquences judiciaires. À l'aide de bases de connaissances internationales, des règles spécifiques par pays, des tableaux de termes et une recherche poussée, vous nettoyez vos données de façon fiable, respectez les dispositions légales et minimisez les risques.



ANALYSES PRÉDICTIVES

Les procédés statistiques, mathématiques et linguistiques utilisés aujourd'hui permettent d'une part des analyses qui montrent les relations existantes entre les données et d'autre part, des prédictions sur les développements futurs et les tendances en se basant sur l'historique des données existantes. Avec Smart Customer MDM vous obtenez des données solides pour des analyses d'envergure. À travers l'enrichissement des données, l'image individuelle de chaque client devient encore plus précise. Grâce aux prédictions des développements probables des tendances des clients et des marchés, vous gagnez d'importantes connaissances et des conseils de mise en œuvre concrets pour des mesures futures.

UNISERV France

12 Rue d'Astorg, 75008 Paris, France, T: +33 1 44 90 90 60, F: +33 1 44 90 90 63

E: contact-france@uniserv.com, www.uniserv.com © Uniserv GmbH, Pforzheim, All rights reserved

