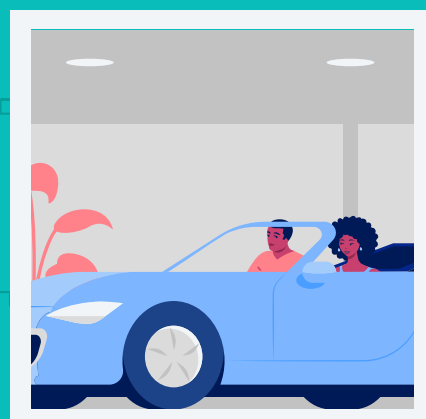


# Разумная персонализация

IBM разрабатывает и доставляет платформу персонализации на основе решений Adobe с опорой на данные



## Нехватка персонализации

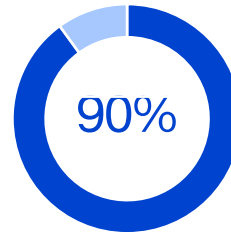
**Компании стремятся превратить имеющиеся в их распоряжении данные в эффективные способы взаимодействия, которые смогут повысить лояльность и доверие клиентов, а также стимулировать рост.**

В рамках недавнего глобального исследования Forrester Consulting, проведенного по заказу IBM, была произведена оценка стратегий персонализации в разных компаниях и особенностей их восприятия со стороны клиентов. Исследование показало, что мнения компаний и клиентов серьезно расходятся: компании дают хорошую оценку своей работе, а клиенты отмечают, что многое еще предстоит улучшить. 90% компаний отметили, что считают персонализацию крайне важным компонентом своей бизнес-стратегии. Но только 39% опрошенных клиентов сообщили, что удовлетворены качеством взаимодействия с брендами.<sup>1</sup>

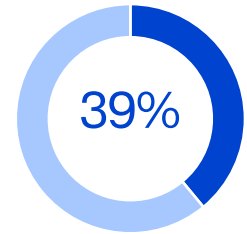
Однако даже далекое от совершенства исполнение позволяет организациям добиваться успешных результатов, что свидетельствует об огромном потенциале, который способен раскрыть правильный подход. Опрошенные компании сообщили об улучшении практически всех показателей, включая индекс лояльности клиентов (NPS), средний размер корзины и частоту заказов. Самыми важными из этих улучшений оказались повышение лояльности и вовлеченности клиентов на 33%, увеличение доходов от продаж на 6% и уменьшение маркетинговых затрат на 11%.<sup>1</sup>

Брендан Витчер, аналитик Forrester Consulting, прокомментировал возможность предоставления индивидуального обслуживания посредством персонализации: «Крайне важно найти правильный подход к персонализации. Иначе это будет всего лишь маркетинг. Персонализацию нельзя просто включить или выключить — вы должны прислушиваться к своим клиентам».

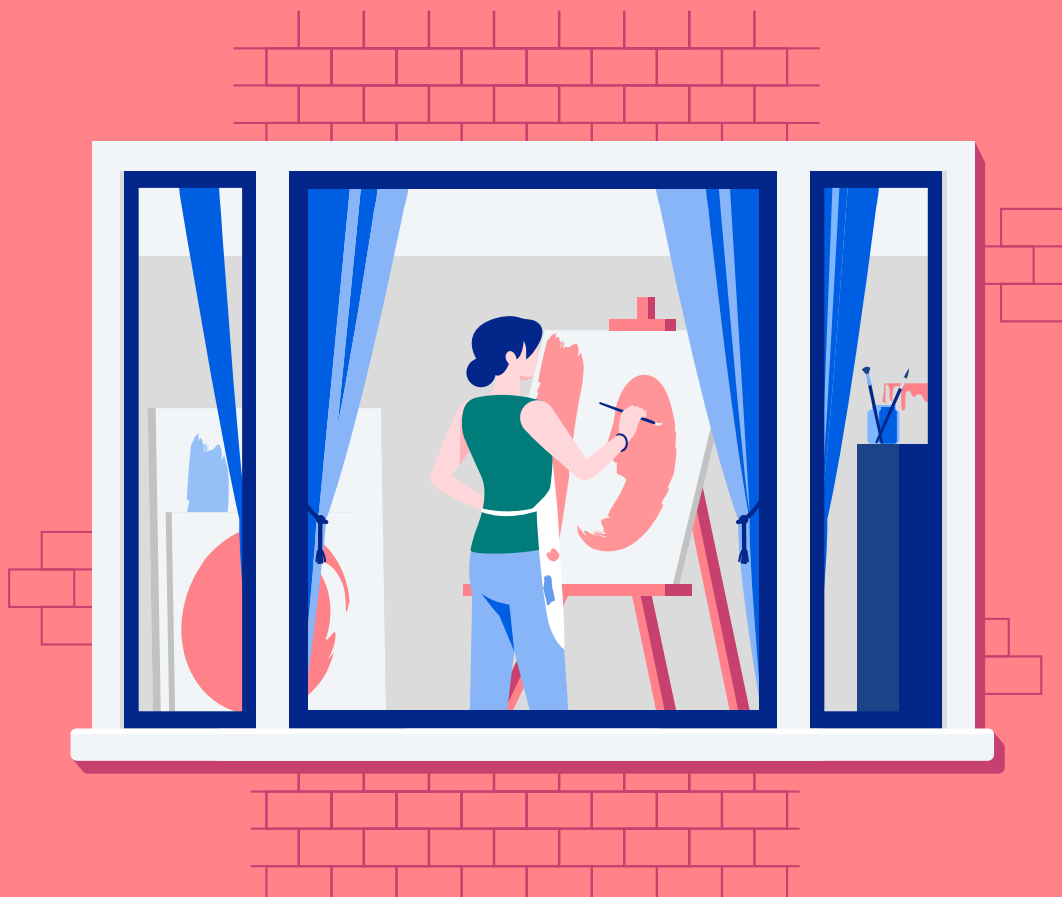
[Загрузить полный отчет Forrester: Развенчание мифов о персонализации](#)



компаний отметили, что считают персонализацию крайне важным компонентом своей бизнес-стратегии.<sup>1</sup>



опрошенных клиентов сообщили, что удовлетворены качеством взаимодействия с брендами.<sup>1</sup>

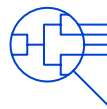


## Препятствия на пути к персонализации

**Преодоление барьеров на пути к персонализации предусматривает трансформацию персонала, процессов и платформ.**

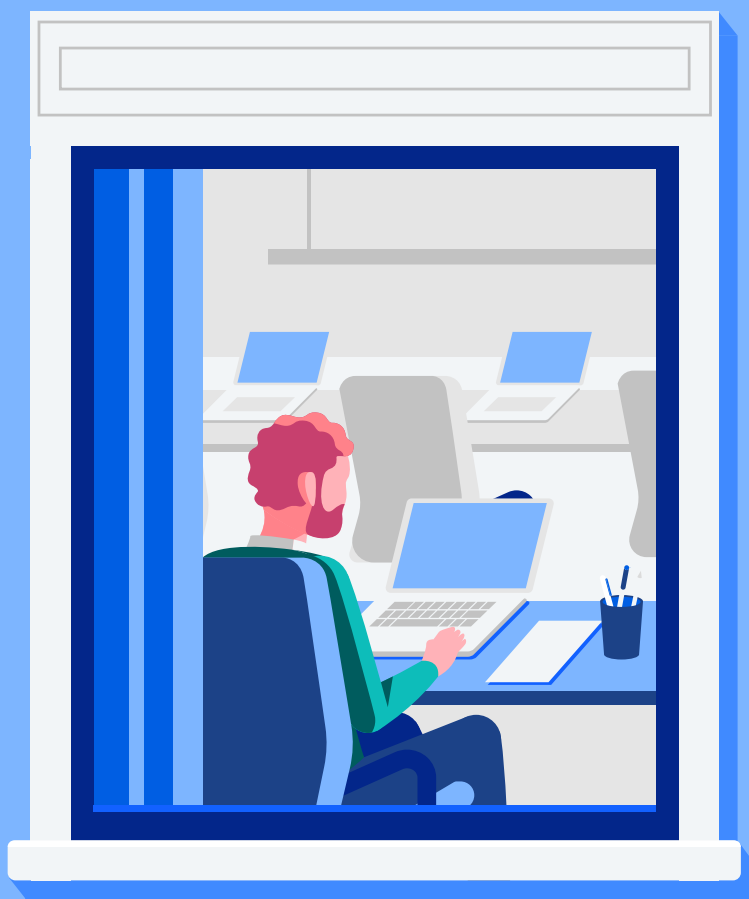
Маркетологи давно предсказывали наступление эпохи персонализированного взаимодействия. Для этого требовалось решить проблему интеграции правильной стратегии, инструментов и процессов.

IBM и Adobe помогают компаниям преодолеть эти преграды. Мы объединяем основные элементы персонализации, которые охватывают данные и аналитику, проектирование бизнес-процессов и решения Adobe, включая Adobe Experience Platform, помогая клиентам добиться успеха.



«Стратегия персонализации компании является отражением ее стратегии взаимодействия с клиентами (набор контактных точек, способ взаимодействия с потенциальными клиентами на всех этапах жизненного цикла), стратегии аналитики (что нужно создать для поддержки контактных точек) и стратегии работы с данными. Всё это должно быть взаимосвязано».

— Рич Маси, партнер, интеграция маркетинговых технологий и когнитивная аналитика, IBM



## Три основных принципа персонализации

### 1. Данные — движущая сила

Несмотря на то что компании генерируют огромные объемы данных, их стратегии персонализации зачастую не способны превратить эти данные в практически применимую ценную информацию. Каждая точка данных содержит информацию о клиенте. Успешная стратегия персонализации начинается с действий, потребностей и желаний людей. В итоге данные и код превращаются в интерфейсы, которые отличаются пониманием и эмпатией.

Эксперты IBM по данным и аналитике помогают в полной мере задействовать потенциал данных, чтобы принимать более обоснованные решения и прогнозировать потребности клиентов.

### 2. Правильная платформа

В основе персонализации лежит платформа данных о клиентах. Благодаря интегрированной базе данных и машинному обучению (ML) средства персонализации всегда готовы к работе в требуемом масштабе. Правильно настроенная платформа данных о клиентах объединяет разрозненные источники данных — при этом компании получают всё необходимое для извлечения ценной информации о клиентах и достижения оптимальных результатов.

Adobe Experience Platform — открытая, интеллектуальная платформа, призванная свести воедино множество потоков данных для получения полного представления о ваших клиентах. Благодаря этому вы сможете делать правильные предложения правильным людям в правильное время с помощью правильных каналов связи.

### 3. Проектирование и доставка с акцентом на взаимодействие

Подготовив данные и платформу для персонализации в реальном времени, нужно выбрать партнера, которому вы сможете доверить проектирование и предоставление интерфейсов, способствующих созданию ценности и конкурентных преимуществ. IBM iX — это не просто подрядчик или исполнитель.

Проектирование бизнеса — это подход, ориентированный на интересы пользователя и бизнес-результат, в рамках которого создаются эффективные механизмы взаимодействия для ваших клиентов, сотрудников и бизнес-партнеров. Подразделение IBM iX, специализирующееся на консультационных услугах, готово поделиться своим глубоким опытом со специалистами по стратегиям, проектировщиками, разработчиками и архитекторами данных. Эксперты из 60 групп по всему миру помогают клиентам в переосмыслении подхода к бизнесу. Мы предлагаем клиентский опыт будущего — с высокой скоростью и в любом масштабе.

## Как IBM и Adobe обеспечивают персонализацию в режиме реального времени



#### Проектирование бизнеса

Подход, ориентированный на интересы пользователя и бизнес-результат, позволяет создавать эффективные механизмы взаимодействия для ваших клиентов

#### Данные и аналитика

Извлечение ценной информации из ваших данных для принятия более обоснованных решений и прогнозирования потребностей

#### Adobe Experience Platform

Открытая, интеллектуальная платформа, предлагающая полную информацию о ваших клиентах

## Загляните в будущее покупки продуктов питания



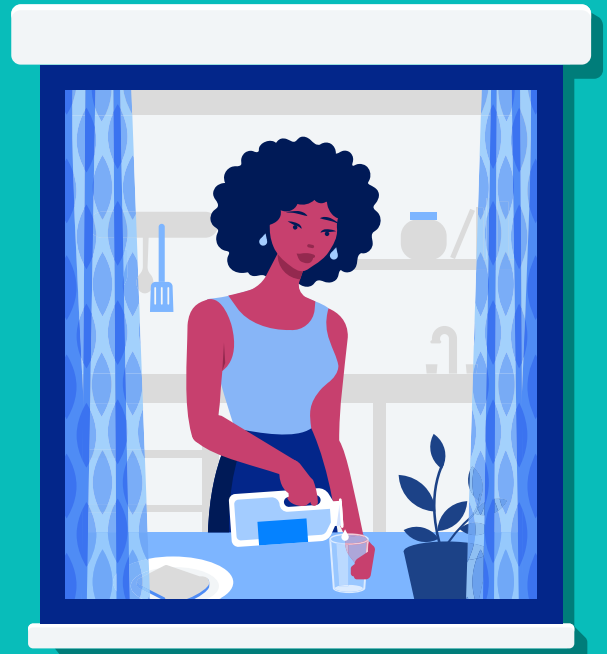
**Знает ли продуктовый магазин, кто вы, какие продукты вам нужны и когда они вам нужны?**



**Познакомьтесь с Зоей:** Она очень занятая, загруженная на работе мама, которая собирается закупить продукты перед длинными выходными.

**Ее персонализированный клиентский опыт выглядит следующим образом:** Продуктовый магазин прогнозирует потребности Зои с учетом истории покупок, предпочтений, времени последнего посещения магазина и предстоящих трехдневных выходных. Зоя получает уведомление с просьбой проверить приложение продуктового магазина, в котором в ее корзину уже добавлены все необходимые продукты, а также рецепты и сладости, которые могут ей понравиться. Всего лишь одним щелчком она подтверждает содержимое корзины и организует доставку — необходимость поездки в магазин отпадает. В качестве бонуса продавец предлагает ей билеты на местный винный фестиваль, а также купон на ее любимое вино Пино нуар.

**Как нам это удалось:** Все покупки Зои в магазине и через Интернет загружены в озеро данных, к которому обращается Adobe Experience Platform для создания ее динамического профиля, который также включает ее потребительские предпочтения. Поскольку Зоя входит в число постоянных покупателей, магазин обладает всеми необходимыми данными, чтобы помочь ей заполнить корзину. Кроме того, Adobe Experience Platform использует сегменты клиентов, чтобы подобрать для Зои дополнительные предложения, такие как билеты на винный фестиваль и купон на ее любимое вино.



## Загляните в будущее банковской сферы



**Когда банк становится надежным партнером на основных жизненных этапах?**



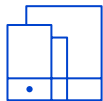
**Познакомьтесь с Сарой:** Она планирует приобрести свой первый дом с двумя спальнями в черте города.

**Ее персонализированный клиентский опыт выглядит следующим образом:** Просматривая каталог домов, Сара получает персонализированное рекламное объявление «Планируете приобретение своей первой недвижимости? Узнайте, какую сумму вы можете взять в кредит!» Она вводит свою информацию в ипотечный калькулятор, который находит ее в базе существующих клиентов банка. Ее банк подтверждает ей кредит в размере 400000 долларов США и отправляет перечень расположенных поблизости вариантов, соответствующих ее критериям. Сара совершает виртуальную экскурсию по одному из домов и принимает предложение. В качестве благодарности банк дополнительно отправляет ей полезную информацию, такую как советы по переезду, расценки на страхование и даже купон на доставку из ее любимого ресторана.

**Как нам это удалось:** Банк Сары использует Adobe Experience Platform для создания профилей своих клиентов, чтобы повысить качество обслуживания. Такая интеграция предусматривает сотрудничество с сайтами по продаже недвижимости. После того как Сара сообщает своему банку о том, что она собирается приобрести дом, система объединяет всю доступную информацию, включая доход, адрес и стоимость дома. Затем система формирует список подходящих вариантов в выбранном районе. Приняв решение о покупке недвижимости, Сара заполняет заявление, которое практически мгновенно утверждается. Профиль Сары в Adobe Experience Platform обновляется с учетом новой информации, и она попадает в следующие сегменты клиентов: покупатели, которые впервые приобретают недвижимость, жители города X и т. д. Такие сегменты помогают формировать уведомления, отправляемые с помощью Adobe Campaign, например, от службы доставки еды.



## Загляните в будущее телекоммуникаций



**Семейные тарифы на мобильную связь экономят средства, но насколько хорошо они учитывают**

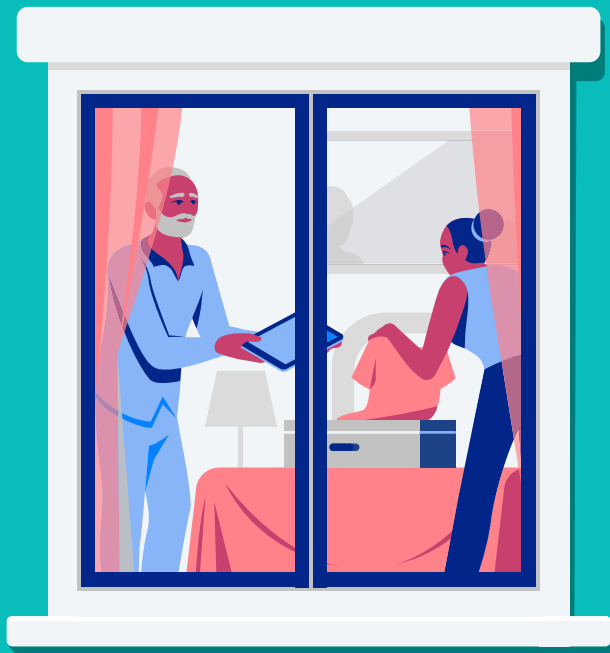


**потребности всех членов семьи?**

**Познакомьтесь с Джемом:** Отец, который хотел бы обновить мобильный тариф своей дочери перед тем, как она отправится в путешествие с рюкзаком по Европе.

**Его персонализированный клиентский опыт выглядит следующим образом:** Джем входит в свой личный кабинет на сайте оператора мобильной связи и получает предложение добавить международные линии связи, а также обновить тариф с получением дополнительных возможностей. В результате Джем экономит деньги и время, а также получает преимущества, связанные с безопасностью. После обновления Джем получает push-уведомление о том, что для его дочери создан отдельный счет для оплаты услуг связи.

**Как нам это удалось:** Используя прогнозное моделирование на основе сведений из озера данных оператора связи, мы можем предвидеть потребности людей в разных возрастных категориях и формировать рекомендации по повышению качества обслуживания. Джем необходимо изменить мобильный тариф своей дочери. Оператор связи с помощью средств моделирования определяет, что переход на премиальный пакет поможет сэкономить деньги и будет самым безопасным вариантом. Adobe Campaign отправляет Дjemu персонализированные сообщения.



## Идеальные партнерские взаимоотношения для персонализации

IBM и Adobe вместе занимаются персонализацией — опыт IBM в сферах проектирования, обработки данных, ИИ и облачных технологий сочетается со связями Adobe в среде СМО и репутацией передовой платформы для взаимодействия с клиентами.

Заручившись поддержкой Red Hat, мы предоставляем компаниям возможность гибкого внедрения сред взаимодействия с клиентами на всех этапах пути клиентов — практически в любой гибридной облачной среде. Это стратегическое предложение включает следующие элементы:

### Гибридное облако

Adobe Experience Manager (AEM) в составе Adobe Experience Cloud сертифицируется и доставляется с помощью программного обеспечения Red Hat OpenShift. Это предложение дает заказчикам гибкие возможности для размещения и использования данных о клиентах, а также для организации доступа к ним в любой среде, включая локальные среды и общедоступные облачные среды.

### Безопасность и нормативное соответствие

Решение IBM Cloud for Financial Services позволяет предлагать AEM специалистам в сфере финансовых услуг, которым необходимо обеспечивать соблюдение высочайших требований к безопасности и нормативных требований. Кроме того, это решение актуально для организаций в других жестко регулируемых областях, таких как здравоохранение и государственный сектор.

## Взаимодействие с клиентами

IBM iX предлагает консультационные услуги по Adobe Creative Cloud, Adobe Experience Cloud и Adobe Document Cloud. Имея в своем активе более 20 лет сотрудничества с Adobe, IBM iX знает как ускорить разработку, реализацию и масштабирование механизмов персонализированного взаимодействия с клиентами с опорой на данные.



«Глубокий отраслевой опыт, технологические возможности и доверительные отношения IBM с ИТ-директорами в сочетании с глубокими связями Adobe в среде СМО и широкой поддержкой всех точек взаимодействия с клиентами формируют правильный рецепт для достижения успеха клиентов».

— Джудит Хаммерман, директор по продажам в Северной и Южной Америке, Adobe Experience Platform

## Советы по началу работы



### Проведите инвентаризацию применяемых технологий.

Что входит в ваш стек?



### Рассмотрите бизнес-результаты.

Какие цели вы ставите перед собой?



### Создайте план действий.

Определите наиболее приоритетные инвестиции



### Начните с одного проекта и реализуйте его правильным образом.

Дополните эту основу, доведите до требуемого масштаба и повторите.

Готовы пройти путь к персонализации вместе с Adobe и IBM? Обратитесь в местное представительство IBM или запросите консультацию на веб-странице [ibm.com/services/adobe-services](https://ibm.com/services/adobe-services).

Подробнее →





#### **IBM Восточная Европа/Азия**

123317 Москва  
Пресненская наб., 10

Веб-сайт IBM:

**ibm.com**

IBM, логотип IBM, IBM Cloud, IBM iX и IBM Services - товарные знаки или зарегистрированные товарные знаки International Business Machines Corporation в США и (или) других странах. Названия других продуктов и услуг могут быть товарными знаками IBM или других компаний. Действительный в настоящее время список товарных знаков IBM можно найти в Интернете по адресу [ibm.com/trademark](http://ibm.com/trademark).

Red Hat и OpenShift – товарные знаки или зарегистрированные товарные знаки Red Hat, Inc. или ее дочерних компаний в США и других странах.

Adobe и логотип Adobe – товарные знаки или зарегистрированные товарные знаки Adobe Systems Incorporated в США и (или) других странах.

Настоящий документ актуален по состоянию на момент публикации и может быть изменен IBM в любое время. Не все предложения могут быть доступны во всех странах, в которых IBM ведет свою деятельность.

Пользователь несет ответственность за оценку и проверку взаимодействия любых других продуктов и программ с продуктами и программами IBM. **ИНФОРМАЦИЯ В НАСТОЯЩЕМ ДОКУМЕНТЕ ПРЕДОСТАВЛЯЕТСЯ «КАК ЕСТЬ», БЕЗ КАКИХ-ЛИБО ГАРАНТИЙ, ЯВНЫХ ИЛИ ПОДРАЗУМЕВАЕМЫХ, ВКЛЮЧАЯ ЛЮБЫЕ ГАРАНТИИ ТОВАРОПРИГОДНОСТИ, СООТВЕТСТВИЯ ОПРЕДЕЛЕННОЙ ЦЕЛИ И ЛЮБЫЕ ГАРАНТИИ ИЛИ УСЛОВИЯ НЕНАРУШЕНИЯ ПРАВ.** В отношении продуктов IBM действуют гарантии на основании положений и условий соглашений, в соответствии с которыми эти продукты предоставляются.

**Заявление о добросовестной политике безопасности:** в процесс обеспечения безопасности ИТ-систем входит защита систем и информации путем предотвращения, обнаружения и блокирования несанкционированного доступа к ним изнутри и снаружи организации. Несанкционированный доступ может привести к подмене, уничтожению, краже или неправомерному использованию информации, повреждению систем или их использованию в корыстных целях, в том числе для осуществления атак на других пользователей. Ни одну ИТ-систему или продукт нельзя считать абсолютно безопасными, равно как ни один продукт, услуга или мера безопасности не может обеспечить абсолютную эффективность в предотвращении несанкционированного доступа или неправомерного использования. Системы, продукты и услуги IBM предназначены для работы в комплексе законных мер по обеспечению безопасности, в который для максимальной эффективности обязательно будут входить другие процедуры и, возможно, будут задействованы другие системы, продукты и услуги. **IBM НЕ ГАРАНТИРУЕТ, ЧТО ВСЕ СИСТЕМЫ, ПРОДУКТЫ И УСЛУГИ БУДУТ НЕВОСПРИИМЧИВЫ ИЛИ СДЕЛАЮТ ВАШУ ОРГАНИЗАЦИЮ НЕВОСПРИИМЧИВОЙ К ЗЛОУМЫШЛЕННЫМ ИЛИ НЕЗАКОННЫМ ДЕЙСТВИЯМ ЛЮБОЙ СТОРОНЫ.**

Adobe Experience Platform не является продуктом или предложением IBM. Adobe Experience Platform продается или лицензируется (в зависимости от ситуации) в соответствии с положениями Adobe, которые предоставляются вместе с продуктом или предложением. Adobe несет прямую ответственность за доступность, любые гарантии, услуги и поддержку платформы Adobe Experience Platform и ее предоставление пользователям.

Заказчик принимает на себя ответственность за соблюдение законов и нормативных актов. IBM не предоставляет юридических консультаций, не заявляет и не гарантирует, что ее продукты или услуги обеспечивают соблюдение заказчиком законов и подзаконных актов.

© Copyright IBM Corporation 2021

1 «Развенчание мифов о персонализации: очаруйте своих клиентов, создавая не просто хорошие, а лучшие предложения», Forrester Consulting, февраль 2020 года

R940MADP\_42036642RURU-01