

# 個別化されたセグメント

## 顧客行動分析ですべての体験を個別化

高度な顧客体験は複数ソースから個人データを連携し、オムニ・チャンネルで個人のショッピング全体像をパターン分析し、提供結果を改善するため次善策を推奨・実行します。

### 今すぐ行動を

このソリューションはマーケット担当者に力を与え、顧客のブランド体験を変革します。

### 詳細情報

[ibm.com/retail-customer-engagement](https://ibm.com/retail-customer-engagement)



## 業界の洞察

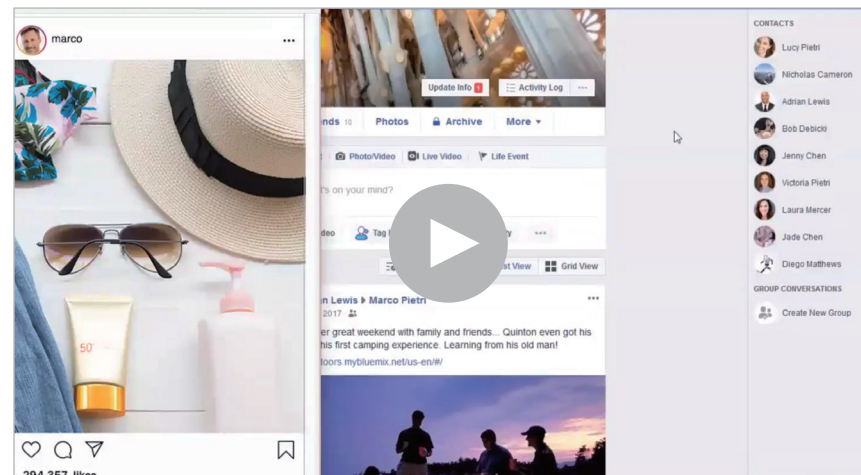
デモでは、想定されるセグメント単位の興味ではなく、実証済みでリアルタイム、個人嗜好に基づいたオファリングにより、より優れたパフォーマンスを提供します。

# 196%

あるお客様は196パーセントのROIを達成し、4カ月で回収できました。

## デモをご覧ください

7分01秒



## これが好まれる理由

- 一元化されたカスタマーの 360° データベース
- 一元化された予測モデル（作業やり直しとミス削減）
- 当事者、相手方、サードパーティのデータ・ソースとプラットフォームとのオープン統合（接続ライブラリ）
- 瞬時に顧客データを捉える戦略
- あらゆるチャネル、時間、顧客、6 - 顧客属性の自動作成およびセグメンテーションにわたる分析



© Copyright IBM Corporation 2019. IBM、IBM ロゴおよび [ibm.com](https://ibm.com) は、世界の多くの国で登録された International Business Machines Corp. の商標です。他の製品名およびサービス名等は、それぞれ IBM または各社の商標である場合があります。現時点での IBM の商標リストについては、[www.ibm.com/legal/copytrade.shtml](https://www.ibm.com/legal/copytrade.shtml)「著作権商標情報」をご覧ください。