



Aspectos destacados

- Incremente el porcentaje de respuestas en los canales entrantes y maximice la relevancia de los mensajes presentados en tiempo real
 - Mejore la experiencia de cada cliente personalizando su interacción con la empresa
 - Emplee las inversiones en canales entrantes, como sitios web y centros de atención telefónica
 - Combinado con Unica Campaign, podrá mantener un diálogo coherente con los clientes en todos los canales
 - Consiga mejores resultados generales en marketing
-

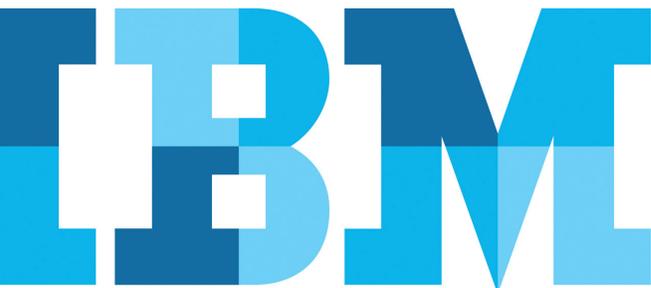
IBM Unica Interact

Determine el mensaje más adecuado que destinar a los canales de marketing entrantes...en tiempo real

En un momento en el que la efectividad de las campañas de marketing externo tradicionales desciende, los especialistas en marketing deben aprovechar los momentos en los que los clientes o posibles clientes contactan con ellos.

Pero, ¿cómo pueden estos especialistas aplicar el mismo rigor analítico al marketing desarrollado en los canales entrantes que a las campañas externas? ¿Cómo pueden el marketing entrante y la personalización utilizar lo que ya se conoce del cliente y lo aprendido durante la interacción más reciente? ¿Y cómo es posible utilizar el marketing en tiempo real con los visitantes anónimos de la web del mismo modo que con los clientes conocidos?

IBM® Unica® Interact permite a los especialistas en marketing personalizar en tiempo real la experiencia de los clientes que interactúan con los sitios web, centros de atención telefónica u otros canales de marketing entrantes. Unica Interact utiliza un potente análisis de comportamiento de los destinatarios y lógica empresarial definida por el especialista en marketing para presentar el mensaje más adecuado en cada canal. Al combinar esta solución con IBM Unica Campaign, es posible coordinar el marketing entrante y externo en una única estrategia para establecer relaciones con los clientes empleando una sola plataforma tecnológica.



Aproveche al máximo el contacto con el cliente

Unica Interact ofrece diversas funciones de gestión de marketing:

- **Lógica de decisión en tiempo real altamente manejable:** Una combinación de segmentación y normas empresariales permite a los especialistas definir fácilmente estrategias para interactuar con los clientes y posibles clientes y, lo que es igualmente importante, modificar sin dificultad dichas estrategias y conocer el impacto de los cambios.
- **Autoaprendizaje y arbitraje:** Un algoritmo de Bayes configurable, combinado con capacidades integradas de arbitraje de ofertas, acumula información con el paso del tiempo y ayuda a determinar la mejor oferta o mensaje que presentar a cada cliente o posible cliente.
- **Motor de ejecución optimizado:** Para maximizar el rendimiento, Unica Interact está basado en Java e incorpora procesamiento multiproceso configurable y agrupación de conexiones a la base de datos, lo que permite la ampliación horizontal con transferencia del servidor de ejecución en caso de fallo.
- **Interfaces de usuario (UI) en función de los roles:** El uso de interfaces de usuario independientes para los especialistas en marketing, analistas técnicos y gestores operativos de los canales interactivos proporciona una experiencia de usuario sencilla e intuitiva para todas las personas que participan en el proceso de marketing entrante.
- **Informes y análisis completos:** Disponga de análisis de rendimiento de marketing y de actividad del canal interactivo, inventarios de estrategias de campaña y auditorías de despliegues, todo ello destinado a mejorar la supervisión por parte de la dirección y los resultados de marketing.
- **Integración con capacidades de marketing externas:** Como parte de una única solución de marketing interactivo en cuyo centro reside Unica Campaign, permite coordinar el marketing entrante y externo en una sola estrategia para la construcción de relaciones con el cliente empleando una misma plataforma tecnológica.

Mayor relevancia para mejorar la experiencia del cliente y el porcentaje de respuestas

Las capacidades de marketing entrantes en tiempo real de Unica Interact permiten a los especialistas en marketing:

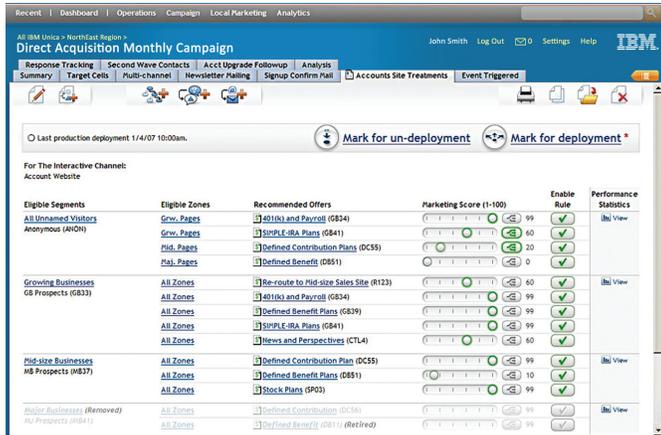
- **Incrementar el porcentaje de respuestas en los canales entrantes:** Los análisis avanzados maximizan la relevancia de los mensajes presentados en tiempo real, incrementando el porcentaje de respuestas.
- **Mejorar la experiencia del cliente:** Personalizar la interacción con la empresa puede tener un importante efecto positivo sobre la percepción y la fidelidad.
- **Emplear las inversiones realizadas en canales entrantes:** El marketing para destinatarios específicos aumenta la rentabilidad de los sitios web, centros de atención telefónica y otros canales entrantes originalmente creados por razones operativas.
- **Mantener un diálogo coherente con los clientes a través de todos los canales:** Utilizar Unica Interact con el resto de las soluciones IBM Unica Enterprise Marketing Management (EMM) supone que los especialistas pueden centralizar las decisiones asociadas a los mensajes destinados a múltiples canales, manteniendo el diálogo con el cliente o posible cliente en cualquier lugar.
- **Obtener unos mejores resultados generales de marketing:** Para los especialistas en marketing que todavía no utilizan el marketing entrante, Unica Interact crea otro canal que les permite cumplir sus objetivos generales.

Alto rendimiento y capacidad de ampliación excepcional

Unica Interact ha sido diseñado para ofrecer el máximo rendimiento, incluso frente a los más grandes volúmenes de interacciones con clientes. Al utilizar su motor Java y su arquitectura para la ampliación horizontal, Unica Interact puede efectuar miles de transacciones por segundo en todo momento, con tiempos de respuesta inferiores a medio segundo cuando se configura correctamente para cada despliegue.

Interfaces de usuario basadas en roles

Para agilizar el acceso a la información y herramientas oportunas en un formato intuitivo que cualquier usuario puede comprender y utilizar rápidamente, Unica Interact dispone de interfaces específicas para el rol de cada usuario.



Unica Interact dispone de interfaces intuitivas específicas para el rol de cada usuario, como la interfaz para especialistas en marketing que se muestra.

Acerca de las soluciones IBM Unica

Los productos IBM Unica son innovadoras soluciones de marketing que transforman la pasión por el marketing en éxito comercial. Nuestra completa estrategia de marketing interactivo permite a organizaciones de todo el mundo conocer a sus clientes y utilizar este conocimiento para impulsar a los compradores a establecer diálogos interactivos especialmente relevantes en los canales de marketing digitales, sociales y tradicionales.

Reconocidos como importantes integradores de sistemas empresariales para múltiples sectores, ayudamos a las organizaciones con una amplia variedad de proyectos, analizando información en tiempo real y proporcionando un valor tangible a los interesados. Además, prestamos apoyo mundial a los contenidos, servicios y aplicaciones de socios de diversos sectores.

“Con IBM Unica Interact podemos proporcionar en tiempo real a nuestro centro de atención telefónica y minoristas las ofertas de mayor impacto, permitiéndonos ampliar y afianzar nuestra relación con los clientes.”

— Importante proveedor de telecomunicaciones

Más información

Para obtener más información sobre Unica Optimize, póngase en contacto con su representante de marketing IBM o IBM Business Partner, o visite el siguiente sitio web: ibm.com/software/info/unica.

Smarter Commerce: Una estrategia integrada

Los productos IBM Unica forman parte de la iniciativa IBM Smarter Commerce. Smarter Commerce es una estrategia exclusiva que incrementa el valor que las empresas aportan a sus clientes, socios y accionistas en un mundo digital en rápida transformación. Para obtener más información sobre Smarter Commerce, visite: ibm.com/smarterplanet/commerce.



© Copyright IBM Corporation 2011

IBM Corporation
Software Group
Route 100
Somers, NY 10589 EE.UU.

Producido en los Estados Unidos de América
Julio 2011
Todos los derechos reservados

IBM, el logo IBM, ibm.com y Unica son marcas comerciales o marcas registradas de International Business Machines Corporation tanto en los Estados Unidos como en otros países. Si éstos u otros términos registrados de IBM están acompañados la primera vez que aparecen por el símbolo de marca registrada (® o TM), esto indica que son marcas registradas en EEUU o de propiedad legal de IBM en el momento de publicar esta información. Dichas marcas registradas también pueden estar registradas o ser propiedad legal de IBM en otros países. Existe una lista actualizada de marcas registradas de IBM en la Web, en el apartado “Copyright and trademark information” de ibm.com/legal/copytrade.shtml

Otros nombres de empresas, productos o servicios pueden ser marcas registradas o de servicio de terceros.



Por favor, recicle.
