



## IBM Unica Campaign

*Spersonalizowany, wartościowy przekaz marketingowy we wszystkich kanałach komunikacji*

---

### Najważniejsze informacje

- Krótszy czas przygotowania i potencjalnie większa skala kampanii.
  - Niższe koszty kampanii marketingowych.
  - Korzystniejsze statystyki odpowiedzi i lepsze wyniki biznesowe wynikające z większej precyzji kierowania przekazem.
  - Pogłębienie relacji z klientami, większa lojalność klientów i wartość biznesowa relacji.
  - Centralnie zarządzane kampanie prowadzone w różnych kanałach komunikacji.
- 

Kluczem do skutecznego marketingu jest dotarcie z właściwym przekazem bezpośrednio do każdego potencjalnego klienta. Jak jednak osiągnąć ten cel, gdy grupa docelowa liczy tysiące lub miliony osób? Jak rejestrować i uwzględniać indywidualne preferencje poszczególnych klientów? W jaki sposób szybko i ekonomicznie projektować i realizować strategie komunikacji z konsumentami za pośrednictwem wszystkich kanałów elektronicznych i tradycyjnych? Jak sprawić, by konsument był zawsze w centrum uwagi?

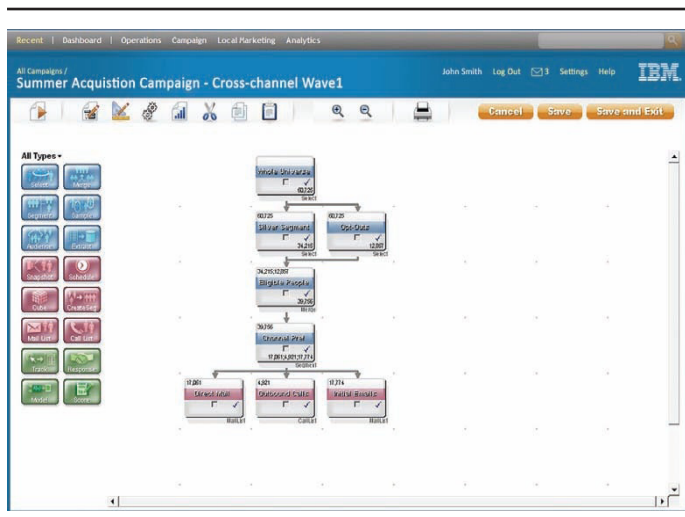
Badania dowodzą, że ponad 50 procent konsumentów rozpoczyna proces zakupu w Internecie, ale później korzysta z różnych kanałów elektronicznych oraz tradycyjnych. Większość przedsiębiorstw nie jest jednak w stanie prowadzić interakcji z klientami we wszystkich kanałach i „kierować” klienta przez proces zakupu obejmujący różne kanały komunikacji.

Oprogramowanie IBM® Unica® Campaign wraz z produktami towarzyszącymi umożliwia planowanie, realizację, pomiar i analizowanie wielofalowych, wielokanałowych i wysoce spersonalizowanych kampanii marketingowych.

Najlepsze w swojej klasie funkcje oprogramowania Unica Campaign odgrywają kluczową rolę w definiowaniu i realizacji interaktywnej, skalowalnej komunikacji z obecnymi i potencjalnymi klientami.







Rysunek 2: Unica Campaign udostępnia raporty pozwalające na rzetelną ocenę efektywności kampanii.

*„Dzięki aplikacji Unica Campaign możemy trafić do naszych klientów z wartościowym, rzetelnym przekazem, zdobywając ich zaufanie i podnosząc ogólną jakość interakcji z naszym bankiem.”*

— czołowy bank europejski

## Dostęp i możliwość operowania na danych z różnych źródeł

Jednym z kluczowych rozwiązań technicznych zastosowanych w aplikacji Unica Campaign jest opatentowana przez IBM technologia UDI, która umożliwia jednocześnie korzystanie z istniejących baz danych, dzienników, wielu systemów wsparcia operacyjnego i plików tekstowych. UDI umożliwia szybkie wdrożenie oprogramowania Unica Campaign bez konieczności tworzenia niestandardowych tematycznych hurtowni danych lub modeli danych.

## Informacje o rozwiązaniach IBM Unica

Produkty IBM Unica to innowacyjne rozwiązania dedykowane dla marketingu, które pozwalają osiągać wymierne wyniki biznesowe dzięki twórczej pasji specjalistów od marketingu. Wielostronna strategia marketingu interaktywnego umożliwia organizacjom na całym świecie analizowanie zachowań klientów i wykorzystanie zdobytej w ten sposób wiedzy do większego zaangażowania klientów za pośrednictwem interaktywnych kanałów cyfrowych, społecznościowych i tradycyjnych.

Jako uznany integrator systemów korporacyjnych przeznaczonych dla wielu branż, IBM pomaga organizacjom w realizacji projektów o różnym charakterze, w których efektywna analiza informacji w czasie rzeczywistym przekłada się na wymierną wartość biznesową. Ponadto IBM w skali globalnej oferuje wsparcie dla treści, usług i aplikacji oferowanych przez partnerów branżowych.

## Więcej informacji

Aby uzyskać więcej informacji o rozwiązaniu Unica Campaign, należy skontaktować się z lokalnym przedstawicielem handlowym IBM lub Partnerem Handlowym IBM albo odwiedzić następujący serwis WWW: [ibm.com/software/pl/info/emm](http://ibm.com/software/pl/info/emm).

## Smarter Commerce: zintegrowana strategia inteligentnego handlu

Produkty IBM Unica wpisują się w inicjatywę IBM Smarter Commerce. Smarter Commerce to unikalna strategia zwiększania wartości biznesowej, jaką przedsiębiorstwa oferują swoim klientom, partnerom i udziałowcom w szybko zmieniającym się świecie technologii cyfrowych. Więcej informacji na temat strategii Smarter Commerce można znaleźć na stronie:

[ibm.com/smarterplanet/commerce](http://ibm.com/smarterplanet/commerce).



---

© Copyright IBM Corporation 2011

IBM Polska Sp. z o.o.  
ul. 1 Sierpnia 8  
02-134 Warszawa, Polska

Wydrukowano w Polsce  
Wrzesień 2011  
Wszelkie prawa zastrzeżone

IBM, logo IBM, [ibm.com](http://ibm.com) i Unica są znakami towarowymi lub zastrzeżonymi znakami towarowymi International Business Machines Corporation w Stanach Zjednoczonych i/lub w innych krajach. Jeśli powyższe nazwy oraz inne nazwy znaków towarowych IBM oznaczone zostały przy ich pierwszym wystąpieniu w tym tekście symbolem znaku towarowego (® lub ™), oznacza to, że w chwili opublikowania tej informacji znaki te były zarejestrowane w Stanach Zjednoczonych przez IBM lub były własnością IBM z mocy powszechnie obowiązującego prawa. Takie znaki towarowe mogą być również zarejestrowane w innych krajach lub podlegać warunkom powszechnie obowiązującego tam prawa. Aktualna lista znaków towarowych IBM dostępna jest w serwisie WWW IBM, w sekcji „Copyright and trademark information” (Informacje o prawach autorskich i znakach towarowych), pod adresem [ibm.com/legal/copytrade.shtml](http://ibm.com/legal/copytrade.shtml)

Nazwy innych przedsiębiorstw, produktów lub usług mogą być znakami towarowymi lub znakami usług innych podmiotów.



Papier należy przetworzyć wtórnie

---