

Teradata presenta le soluzioni Customer Journey Analytic e RACE

Data Science a favore del marketing: le aziende potranno collegare le interazioni per garantire un customer journey personalizzato e pertinente

TERADATA PARTNERS CONFERENCE, ATLANTA – 14 Settembre, 2016 – Teradata (NYSE: [TDC](#)), azienda focalizzata sugli analytics, ha presentato oggi Teradata Customer Journey Analytic Solution, un set completo di funzionalità in grado di discernere i percorsi di comportamento di ogni singolo cliente, determinare la migliore prossima interazione e fornire una brand experience personalizzata e coerente in ogni canale e touch point.

La soluzione si avvale dei collaudati servizi di consulenza Teradata, e delle tecnologie che consentono l'integrazione dei dati dei clienti in tempo reale, analisi comportamentali avanzate e automazione del marketing multi-canale. Consente ai CMO che vogliono capire veramente ogni singola esperienza del cliente, di andare oltre la vecchia scuola del marketing one-to-one che si basa sugli acquisti e sulla tradizionale profilazione della clientela. La capacità di comprensione fornite dalla Teradata Customer Journey Analytic Solution consente a chi opera nel marketing di ottimizzare gli obiettivi come i tassi di risposta e conversione, l'erogazione di servizi, il tasso di abbandono e la soddisfazione del cliente - che portano direttamente a risultati operativi ad alto impatto come l'aumento dei ricavi e la fidelizzazione dei clienti.

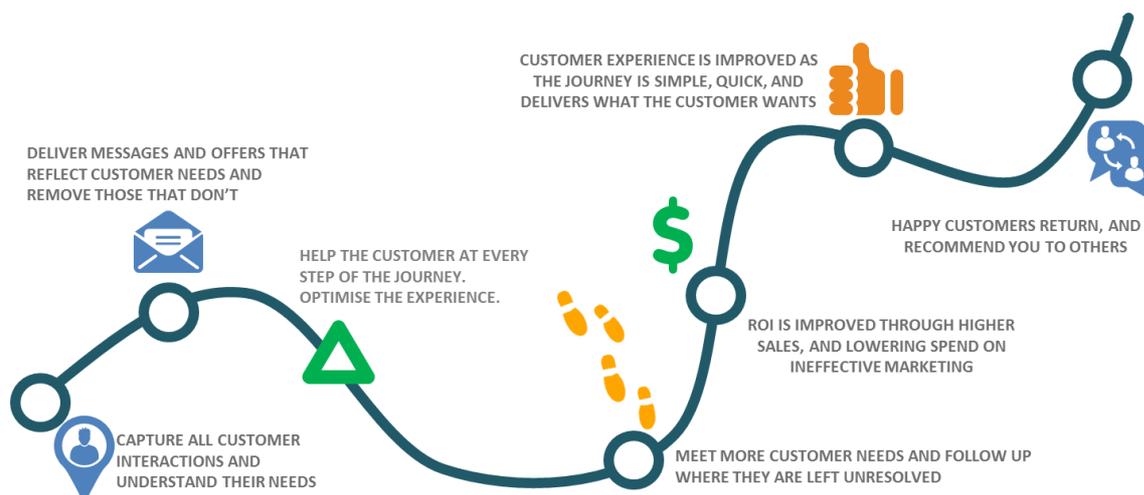
Oggi i clienti si aspettano che ogni interazione con un brand sia coerente, ma anche personalizzata e pertinente. E questo nonostante il gran numero di canali in continua espansione, che rendono estremamente impegnativa la costruzione di una "fotografia" completa per ogni singolo cliente. Una migliore customer experience richiede l'integrazione di dati provenienti da tutti i touch point utilizzati dal cliente, sia online che offline, e spesso in tempo reale. In pratica, la maggior parte delle aziende fanno fatica a fondere le tecnologie e i silos di dati per comprendere, anticipare e coinvolgere ogni singolo cliente in modo olistico.

"Gestire ogni cliente individualmente in base alle sue interazioni con la vostra azienda, richiede non solo l'integrazione tra diversi tipi di dati, ma anche la loro comprensione attraverso l'applicazione di complesse analisi multi-genere. Anche le maggiori aziende si rendono conto di come questo sia un progetto titanico - dare un senso a miliardi di eventi per milioni di clienti, in tempo reale. In questa situazione impegnativa solo Teradata sa come muoversi", ha dichiarato Dan Harrington, Executive Vice President di Teradata Corporation per i Consulting e Support Services. "La nostra Customer Journey Analytic Solution è l'incarnazione della riconosciuta esperienza di Teradata maturata lavorando con alcune delle più grandi e innovative aziende customer-centric del mondo, ed è capace di dare ai marketer una visione completa dei propri clienti, sulla base delle interazioni individuali di ognuno, in modo da poter fornire l'aiuto giusto al momento giusto".

Gartner Research afferma che entro il 2018 le organizzazioni che avranno compiutamente investito in tutti i tipi di personalizzazione online surclasseranno del 30 per cento le aziende che non lo avranno fatto. Secondo la società di ricerca, le aree sensibili di differenziazione tra i vendor includono i canali su cui si concentrano le soluzioni, il modo in cui interazioni apparentemente anonime sono accoppiate, gli strumenti in atto per fornire la visualizzazione dei percorsi dell'utente, e l'output verso altri sistemi.¹

Questa è l'esperienza tipica per le aziende che utilizzano la Teradata Customer Journey Analytic Solution:

¹ "Market Guide for Customer Journey Analytics" pubblicato il 9 giugno 2016 dagli analisti Jason Daigler, Brian Manusama, Gareth Herschel, Jim Davies e Shubhangi Vashisth.



La Teradata Customer Journey Analytic Solution realizza tutto questo grazie alle seguenti funzionalità:

Integrazione intelligente dei dati in tempo reale

- Fornisce una visione completa di ogni singolo cliente, integrandone i dati indipendentemente da dove questi vengano generati o memorizzati
- Cattura in tempo reale le interazioni digitali e offline, dal Web, dai device mobili o di pagamento
- Combina dati distribuiti, da cloud, data lake e data warehouse
- Accetta senza problemi e velocemente nuovi dati, canali e campagne

Analytics multi-genere

- Consente una vasta gamma di tecniche analitiche avanzate: predittive, descrittive e prescrittive, grazie a sistemi automatici di apprendimento per poter prendere decisioni in tempo reale
- Permette ai marketer di utilizzare queste soluzioni analitiche avanzate, indipendentemente da dove i dati risiedono
- Collega gli eventi-cliente che utilizzano analisi pathing per dare ai marketer una visione comportamentale unica di ogni cliente - migliorando il profilo-cliente tradizionale con messaggi individuali personalizzati che aiutano i clienti a raggiungere i loro obiettivi

Gestione dell'interazione

- Fornisce funzionalità di gestione multi-canale delle campagne con capacità di prendere decisioni in tempo reale, scalabili in volume tipo di comunicazione
- Fornisce una segmentazione sofisticata e flessibile dei clienti, la pianificazione del customer journey e capacità di prendere decisioni
- Supporta la tecnologia open source che consente l'integrazione dei dati da qualsiasi fonte per prendere decisioni, e l'integrazione con qualsiasi canale in entrata o in uscita (compresi quelli digitali)
- Permette ai marketer di apportare miglioramenti decisivi ai processi e agli strumenti per garantire la massima produttività alle azioni di marketing

Ciascuna di queste funzionalità migliora la flessibilità di un'azienda al crescere del business. La Teradata Customer Journey Analytic Solution è scalabile per supportare crescenti volumi di dati, modelli più analitici e una progressione nella miriade di modi in cui una base clienti in continuo aumento si rapporterà con il brand attraverso nuovi canali.

Teradata Customer Journey Analytic Solution è già disponibile.

[Link al comunicato stampa Teradata Customer Journey Analytic integrale \(in inglese\)](#)

In data odierna e sempre durante la Partners Conference, Teradata ha annunciato RACE - Rapid Analytic Consulting Engagement - una metodologia agile e indipendente dalla

tecnologia utilizzata, che offre ai clienti la comprensione del valore potenziale delle soluzioni analitiche prese in considerazione prima che venga fatto l'investimento vero e proprio. I nuovi servizi RACE sfruttano la proprietà intellettuale del Teradata Business Value Framework - approcci collaudati e casi d'uso che accelerano il business e che fanno leva sulla profonda esperienza di Teradata, che raggruppa conoscenza del business, Data Science e tecnologia in un unico processo vincente per generare risultati concreti in un periodo che va da sei a dieci settimane, invece dei tanti mesi normalmente necessari.

Teradata RACE arriva in un momento in cui il potenziale ritorno sugli investimenti e il relativo impatto strategico sul business di qualsiasi soluzione analitica sono previsti prima dell'investimento, nonostante le complesse variabili nel calcolo delle proiezioni. Fattori chiave quali le nuove fonti di dati - compresi i dati dei sensori dello IoT - e la proliferazione di nuove tecniche analitiche complicano la distribuzione e l'utilizzo di soluzioni analitiche da parte degli utenti. Grazie alla visibilità fornita dall'applicazione del Teradata Business Value Framework, i clienti RACE inizieranno i progetti con una chiara tabella di marcia indicante quando e come il progetto fornirà un ritorno sull'investimento.

Il metodo utilizzato da RACE prevede tre fasi principali:

- **Allineare** - Utilizzando il Business Value Framework come base di partenza, i consulenti Teradata assistono il cliente nell'identificazione dei casi utente a più alto potenziale e nel conseguente allineamento, e nella convalida della disponibilità dei dati fondamentali.
- **Creare** - I data scientist Teradata caricano e preparano i dati, e sviluppano modelli analitici nuovi o esistenti per i casi utente selezionati. Questa fase prevede iterazioni rapide con gli sponsor per garantire che le informazioni analitiche producano i risultati previsti.
- **Valutare** - I consulenti Teradata analizzano i risultati e documentano il potenziale ROI derivante dall'implementazione effettiva dei casi utente, e sviluppano per il cliente un piano operativo.

Rapid Analytic Consulting Engagements (RACE) e Teradata Business Value Frameworks sono già disponibili.

[Link al comunicato stampa RACE integrale \(in inglese\)](#)

###

Link a notizie collegate

- [The Customer Journey Analytic Solution](#)
- [Teradata RACE Service with Business Value Frameworks](#)
- [Trying data analytics solutions before buying](#)
- [Analytic Roadmap Services](#)

A proposito di Teradata

Teradata (NYSE: TDC) aiuta le aziende ad estrarre più valore dai dati rispetto alle altre offerte disponibili sul mercato. Il portfolio leader di Teradata, che comprende soluzioni di analytics e servizi per i big data, aiuta le aziende ad ottenere un sostenibile vantaggio competitivo attraverso i dati.

Per maggiori informazioni visitare: www.teradata.com.

Teradata è un marchio registrato di Teradata Corporation negli Stati Uniti e in altri Paesi.

Per ulteriori informazioni

(si prega di non pubblicare i seguenti contatti):

Teradata Italia S.r.l.
Valentina Cavallieri
+39-02-45339008
valentina.cavallieri@teradata.com

Ufficio Stampa Teradata
AIDnetwork
Marco Pignagnoli
+39-335-6546920
marco.pignagnoli@aid.it