



Основные моменты

- Входит в состав полного решения IBM Unica Enterprise Marketing.
 - Мощные и гибкие аналитические отчеты.
 - Основанный на ролях пользовательский интерфейс.
 - Получение данных на уровне отдельного посетителя.
 - Инфраструктура тегирования Soft-tagging обеспечивает только сбор данных без необходимости включать в теги функции анализа или ограничений.
 - Открытая архитектура данных для интеграции с другими дополняющими технологиями от партнеров и с другими маркетинговыми решениями.
-

IBM Unica NetInsight

Получение детального представления данных о клиентах с помощью IBM Unica NetInsight

Масштабы использования Интернета в качестве маркетингового канала продолжают увеличиваться, поэтому большое значение имеет оптимизация возможностей, предоставляемых посетителям Web-сайта компании. Однако такая оптимизация должна осуществляться на основе понимания того, что «работает», а что «не работает» на этом сайте. Требования к процессу анализа Web-сайтов непрерывно повышаются, что вынуждает маркетологов и аналитиков изучать каждый аспект поведения посетителя сайта, часто весьма неожиданными способами.

Однако каким образом онлайн-маркетологи смогут получить необходимую информацию о поведении каждого пользователя на их Web-сайте? Ведь проблема в том, что изначально большинство решений для интернет-анализа разрабатывалось для генерации отчетов. И как эти маркетологи смогут сохранять оперативность, итеративность и способность к реагированию при формировании детального представления поведения посетителей на сайте, если тегирование сайта для Web-анализа представляет собой весьма трудоемкий процесс? Такой процесс с трудом поддается изменениям и требует, чтобы маркетологи заранее знали все вопросы, на которые они хотят получить ответы.

Ответы на эти вопросы позволяет получить продукт IBM® Unica® NetInsight®, входящий в семейство решений IBM Enterprise Marketing Management (EMM). Это программный пакет нового поколения для Web-анализа, который изначально разрабатывался в расчете на простоту развертывания, внедрения и применения, причем не только профессиональными аналитиками, но и любым маркетологом.

Углубленный анализ для получения необходимых ответов

С помощью продукта IBM Unica NetInsight аналитики и маркетологи могут легко и быстро собирать данные, необходимые им для изучения поведения посетителей Web-сайта. Кроме того, этот продукт обеспечивает непревзойденную гибкость отчетности и анализа. Продукт IBM Unica NetInsight, специально созданный для квалифицированных специалистов по маркетингу и анализу,



представляет собой решение для Web-анализа следующего поколения, разработанное с нуля для удовлетворения полного спектра текущих и будущих требований к Web-анализу.

- Мощные и гибкие средства отчетности. По мнению компании Forrester, продукт NetInsight обладает превосходными возможностями в области отчетности и анализа.
- Основанный на ролях пользовательский интерфейс. Интерфейс адаптируется к задачам практически любых пользователей, что обеспечивает простой доступ на основе самообслуживания к любой информационной панели или к любому отчету, охватывающему диапазон информации от персонализированных показателей до результатов специального анализа на уровне посетителей.
- Постоянная доступность данных на уровне отдельных посетителей. Без приобретения дополнительных модулей продукт обеспечивает на самом атомарном уровне постоянную доступность данных для проведения углубленного анализа, анализа по сечениям, аудита показателей, даже если необходимость этих мероприятий не предусматривалась на этапе тегирования Web-сайта.
- Инфраструктура тегирования Soft-tagging. Теги страниц предназначены только для сбора данных и не содержат инструкции анализа или ограничений; теги имеют небольшие размеры и накладывают на страницу небольшую дополнительную нагрузку. Теги могут быть реализованы или модифицированы легко и быстро, без необходимости сначала определять, какой тип анализа потребуется впоследствии.
- Архитектура открытых данных. Продукт спроектирован в виде отдельного приложения с архитектурой открытых данных, которая предоставляет мощное ядро для расширения данных, а также для интеграции с другими дополняющими технологиями от партнеров и с маркетинговыми решениями.
- Составная часть полного решения IBM Unica Enterprise Marketing. Отдельные посетители или сегменты посетителей могут быть выбраны для немедленного включения в маркетинговые кампании и программы, причем как входящего, так и исходящего маркетинга.

Наращивание возможностей, повышение гибкости, сокращение трудозатрат

IBM Unica NetInsight – это продукт для Web-анализа следующего поколения, который обеспечивает онлайн-вым маркетологам и интернет-аналитикам следующие возможности:

- Повышение результативности Web-сайтов посредством их оптимизации для улучшения показателей конверсии и снижения издержек на обеспечение конверсии.
- Сокращение объема работ, связанных с Web-анализом посредством сокращения затрат времени на тегирование Web-страниц, а также на изменение и сопровождение тегов.
- Сокращение расходов благодаря удовлетворению всех потребностей в Web-аналитике посредством приобретения одного продукта вместо оплаты дополнительных модулей и последующих услуг.
- Повышение скорости и способности к реагированию стратегий интернет-маркетинга посредством быстрого и простого получения ответов на вопросы о показателях сайта.
- Использование обширного набора маркетинговых данных посредством применения открытой архитектуры IBM Unica NetInsight для интеграции сторонних данных от SEM, поставщиков электронной коммерции, рекламных агентств, из RSS-потоков, баз данных клиентов, историй транзакций, а также из любых других источников.
- Упрощение совместного использования Web-данных – продукт IBM Unica NetInsight выполняет функции полностью документированной и полностью гранулированной витрины данных, поэтому история действий посетителей и история событий могут быть направлены непосредственно в CRM-систему или BI-систему, а также предоставлены в ответ на специальные запросы.
- Ускорение перехода от понимания к действию – NetInsight является составной частью полного решения IBM Unica Enterprise Marketing, поэтому сведения о поведении посетителя на сайте могут быть легко и быстро использованы для повышения качества таргетирования.

Уникальный подход к сбору данных

Большинство специалистов, когда-либо использовавших теги страниц или журналы Web-сервера в традиционных приложениях Web-аналитики, согласится с тем, что это трудоемкая и неблагодарная деятельность. К счастью, существует более эффективный подход. Подход подразделения IBM EMM к сбору данных для Web-аналитики устраняет многие из вышеописанных проблем благодаря существенному ослаблению зависимости маркетологов от ИТ-специалистов при проведении работ или внесении изменений.

Многие другие программные пакеты для Web-аналитики требуют написания обширного кода на JavaScript, который обеспечивал бы тегирование страниц для клиентских сегментов, группировки контента, шагов воронки конверсии, конкретизации кампании и т.д. Подход soft tagging от IBM EMM сводит к минимуму потребность в модификации программного кода для создания продвинутых, персонализированных показателей и отчетов. Как результат, специалисты по маркетингу способны легко формировать вышеупомянутые конфигурации с помощью визуального пользовательского интерфейса продукта IBM Unica NetInsight.

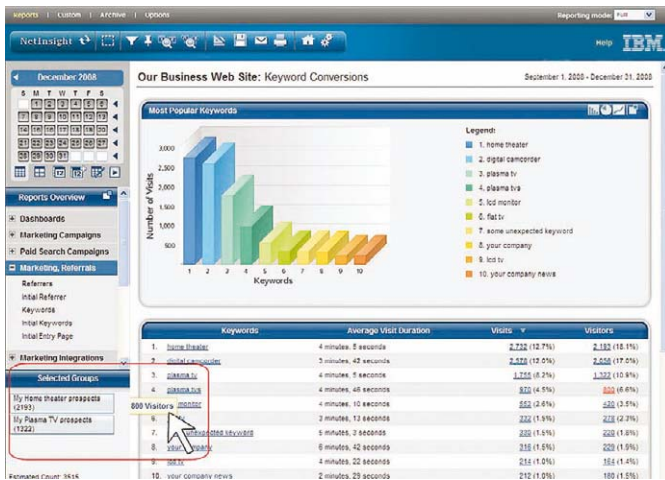
Если вопросы маркетологов меняются, то в большинстве программных пакетов Web-аналитики для получения соответствующих ответов требуется переписывание тегов на JavaScript в ручном режиме. В случае IBM Unica NetInsight дело обстоит по-иному. Маркетологи способны внести свои изменения немедленно при посредстве того же визуального пользовательского интерфейса, который они применяли при создании своих тегов. Как результат, они быстрее получают ответы на свои вопросы и могут оперативно приступить к действиям на основании полученной информации.

Ни одна из систем тегирования страниц не является безупречной: неизбежно остаются те или иные «белые пятна». С другой стороны, журналы Web-сервера также не являются идеальным средством. В случае IBM Unica NetInsight специалистам по маркетингу не приходится идти на компромиссы, связанные с каждым из вышеупомянутых подходов. Маркетологи могут сочетать подход на основе тегирования с подходом на основе журнальных файлов, что позволяет воспользоваться преимуществами обеих методик.

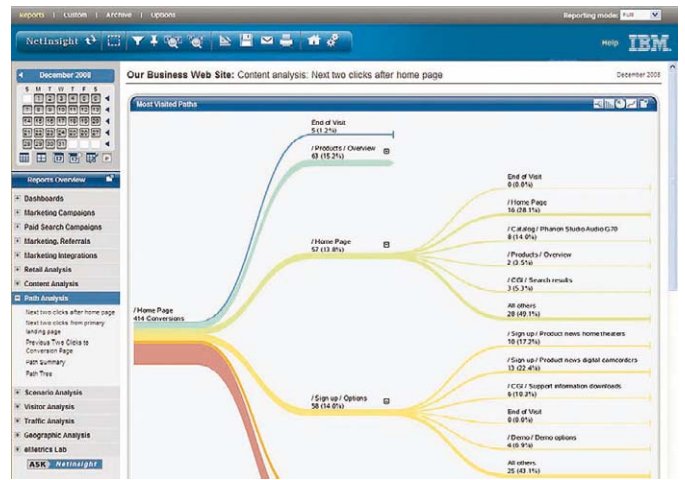


Информационные панели с возможностью настройки для каждого пользователя.

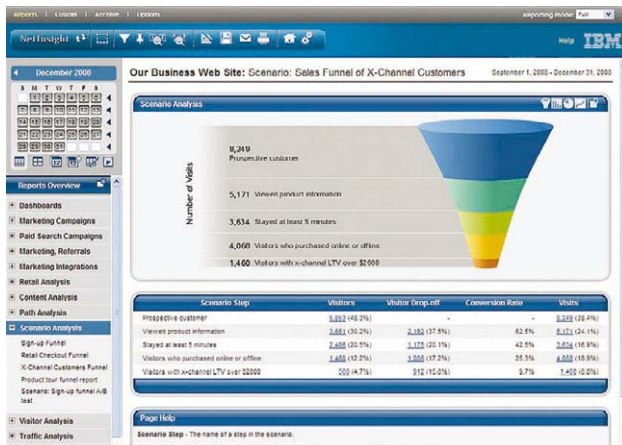
Программное обеспечение IBM



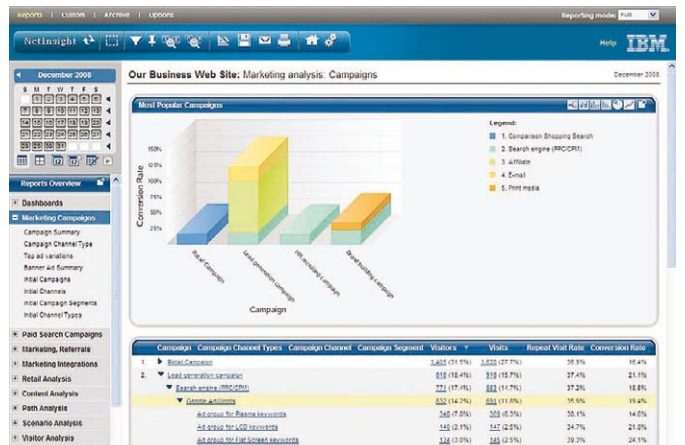
Визуальный выбор посетителей для включения их в исследование.



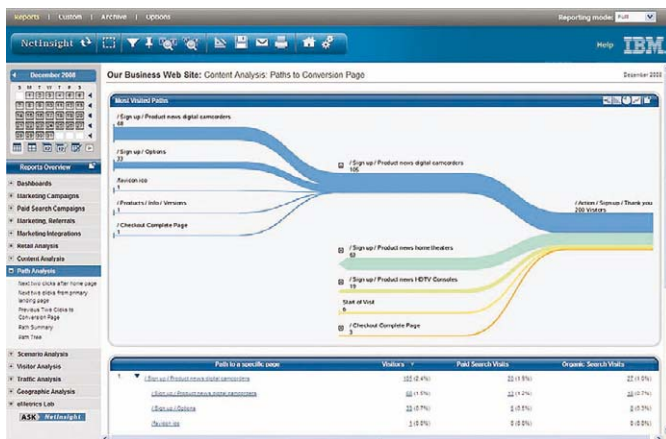
Анализ маршрутов от исходной точки.



Отчеты в виде воронки для анализа конверсии.



Иерархическое представление кампаний.



Анализ маршрутов до места назначения.

О решениях IBM Unica

Программные продукты IBM Unica являются инновационными решениями для управления маркетингом, которые с помощью выверенных маркетинговых кампаний позволяют добиться успеха в бизнесе. Наш всесторонний подход к интерактивному маркетингу позволяет организациям по всему миру лучше понимать своих клиентов и использовать это понимание для вовлечения покупателей в значимые, интерактивные взаимодействия по цифровым, социальным и традиционным маркетинговым каналам.

Как ведущий интегратор корпоративных систем для множества отраслей, мы помогаем организациям выполнять обширный спектр проектов, анализируя информацию в реальном времени и обеспечивая значительные преимущества заинтересованным сторонам. Кроме того, мы обеспечиваем глобальную поддержку контента, услуг и приложений отраслевых партнеров.

«Нам требовалось решение, которое было бы достаточно гибким, чтобы поддерживать самые совершенные функции отчетности и анализа, но при этом предоставляло бы готовые к применению средства отчетности. Оно должно было быть простым в использовании, чтобы с ним могли работать тысячи наших сотрудников во всех подразделениях. Продукт IBM Unica NetInsight полностью удовлетворил всем нашим требованиям».

Глобальный поставщик информационных и маркетинговых решений

Дополнительная информация

Чтобы узнать больше о продукте IBM Unica NetInsight и о решении IBM Unica Campaign, свяжитесь с региональным представителем или бизнес-партнером IBM или посетите Web-сайт ibm.com/software/info/unica, ibm.com/software/ru/marketing-solutions.

По вопросам о программном обеспечении IBM Unica можно обратиться по телефону +7 (495) 258 6465 или по адресу: IBMCEMAS@nl.ibm.com.

Разумная коммерция: интегрированный подход

Продукты IBM Unica являются частью инициативы IBM Smarter Commerce (Разумная коммерция). Smarter Commerce – это уникальный подход, помогающий компаниям предоставлять значительные преимущества клиентам, партнерам и акционерам в стремительно меняющемся цифровом мире. Чтобы узнать больше об инициативе IBM Smarter Commerce, посетите Web-страницу: ibm.com/smarterplanet/commerce.



© Copyright IBM Corporation 2011
IBM Восточная Европа/Азия
123317, Россия, Москва
Пресненская наб., 10
Тел.: +7 (495) 775-8800
Факс: +7 (495) 258-6468

Июль 2011 г.

Все права защищены.

IBM, логотип IBM, ibm.com и Unica являются товарными знаками International Business Machines Corporation, зарегистрированными во многих странах мира. Если эти и другие зарегистрированные термины IBM при первом упоминании в данном документе отмечены символом товарного знака (® или ™), то это товарные знаки, зарегистрированные или охраняемые нормами общего права в США и принадлежащие IBM на дату публикации документа. Кроме того, такие товарные знаки могут быть зарегистрированными или охраняемыми нормами общего права в других странах. Актуальный список товарных знаков IBM представлен на странице «Информация об авторских правах и товарных знаках» по адресу ibm.com/legal/copytrade.shtml.

Другие названия компаний, продукции и услуг могут являться товарными знаками или знаками обслуживания соответствующих компаний.



Подлежит повторной переработке
