

Marketing interactivo: maximizar su inversión y estrategia de marketing de clientes

José Yáñez

Enterprise Marketing Management



**Bringing
science to the
art of digital
marketing**



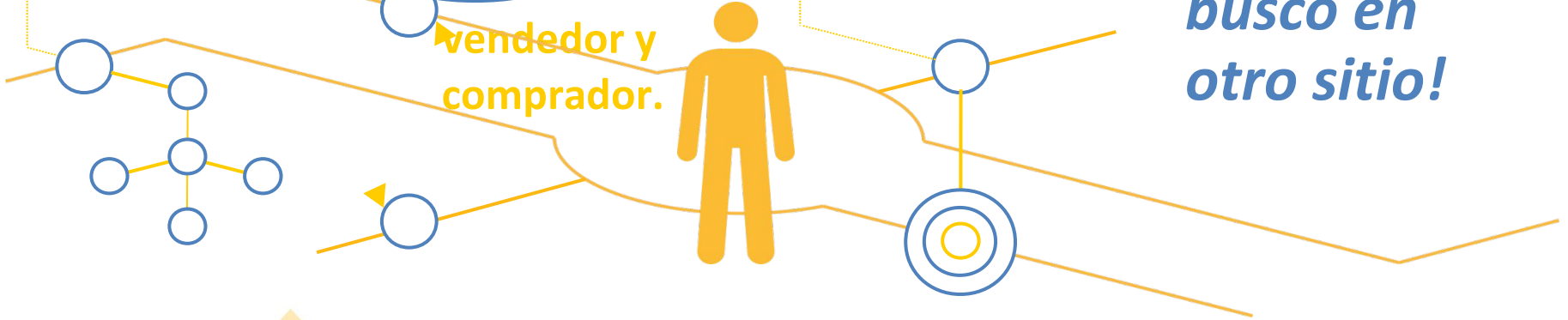
Es la era del consumidor al poder

Los clientes tienen **acceso illimitado** a la información y la **comparten** con el mundo

Las redes sociales y el móvil han cambiado radicalmente **la dinámica de relación entre vendedor y comprador.**

Las **expectativas** sobre precio, servicio y entrega están cambiando.

¡Lo quiero ahora o busco en otro sitio!



155 millones

Número de tweets enviados diariamente por Twitter

75%

Porcentaje de personas que desconfían de los mensajes publicitarios

\$93 billion

Importe de ventas no ejecutado por falta de stock en inventario



El consumidor de hoy espera una experiencia consistente y relevante en los distintos canales y sesiones



Para ejecutar una experiencia consistente y relevante, el profesional de marketing multicanal requiere:

- Obtener de forma sencilla conocimiento detallado de cada individuo
- Justificar presupuestos de iniciativas en todos los canales
- Identificar y captar nuevos clientes potenciales
- Aprovechar nuevos canales de interacción
- Ejecutar programas de marketing one-to-one
- Reforzar mensajes personalizados y consistentes en los distintos canales
- Responder de forma rápida y en tiempo real

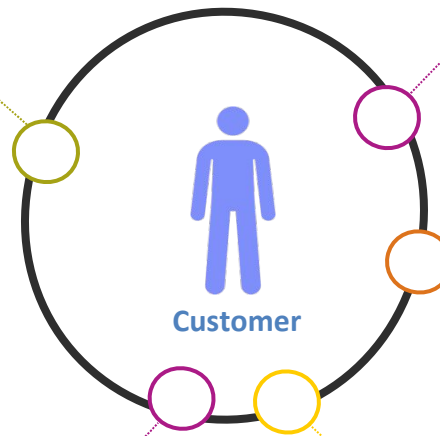


Una solución que permite de forma eficiente optimizar las iniciativas de marketing multicanal:

Plataforma integrada

Eliminar cuellos de botella entre el conocimiento y la acción

Modelo de delivery flexible para adaptarse a situaciones y necesidades evolutivas.



Soporte a la ejecución del marketing en “paid, earned, and owned media”.

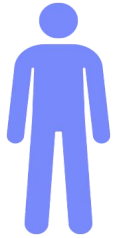
Medición Multicanal

incluyendo datos de canales offline y online para medir la experiencia en todos los canales

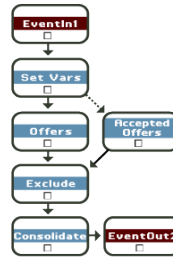
Integración con bases de datos y plataformas de canales



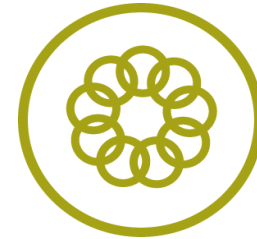
IBM Unica



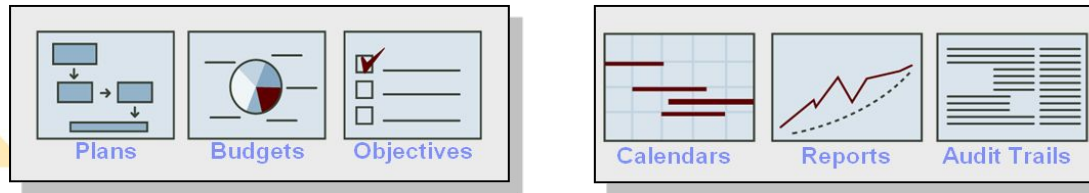
Conocimiento
del Cliente



Motores
de Decisión



Ejecución
Multicanal



Operativa de Marketing

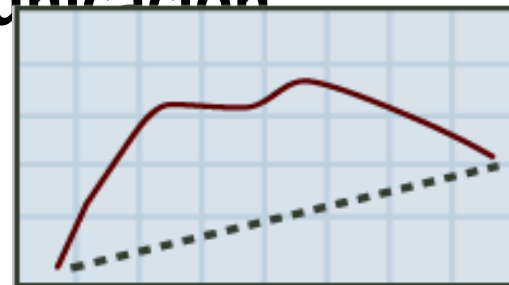
Una **experiencia inmejorable** en todo el ciclo de vida del consumidor multicanal



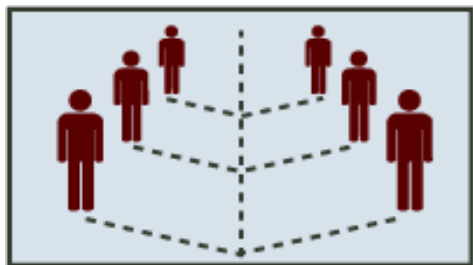
IBM Unica permite **identificar oportunidades de generación de demanda** monitorizando el comportamiento del consumidor en todos los canales de comunicación



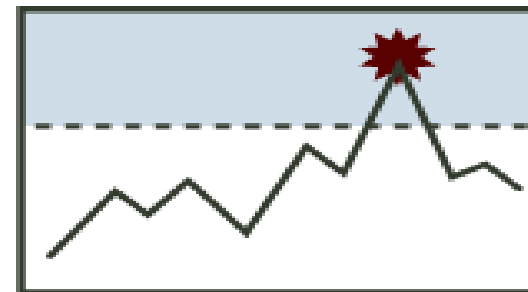
Web Analytics



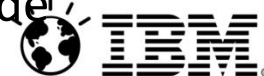
Modelos Predictivos



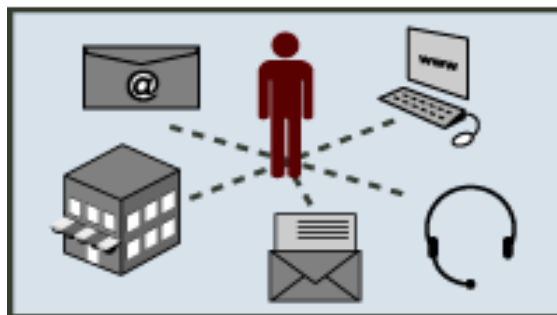
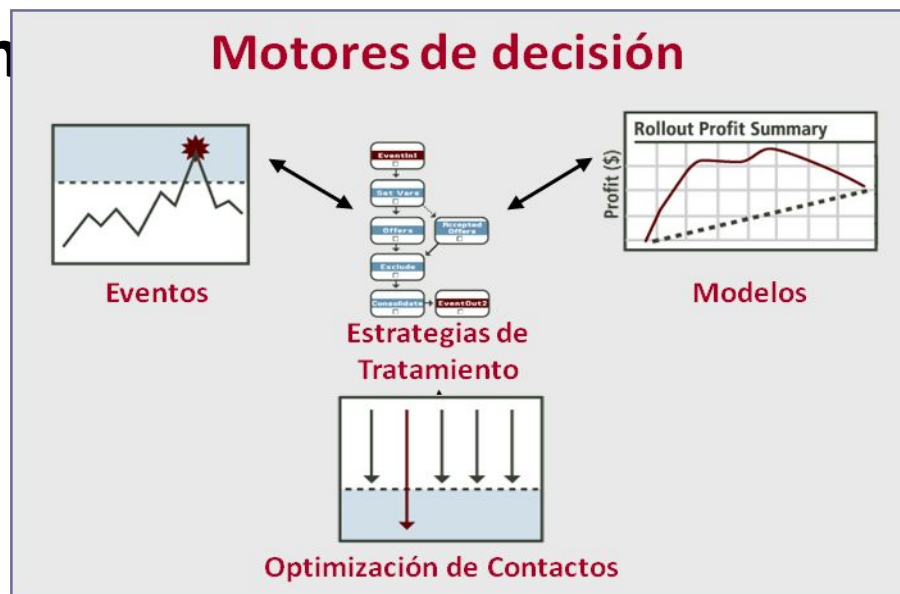
Cuadros de Mando de Clientes



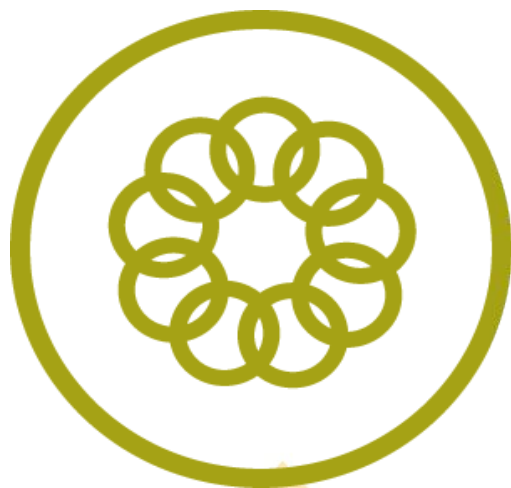
Detección de Eventos



IBM Unica permite **determinar el mejor mensaje u oferta de marketing a presentar en cualquier canal de comunicación**



IBM Unica permite presentar el mejor mensaje u oferta de marketing en cualquier canal de comunicación y mantener una memoria de todas las interacciones



Canales Mail, Email, Móvil



Call Center, Web, ATMs, POS



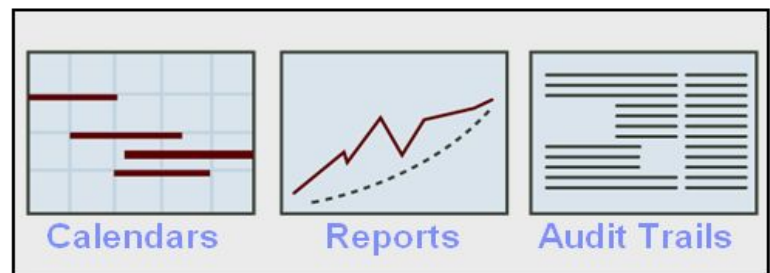
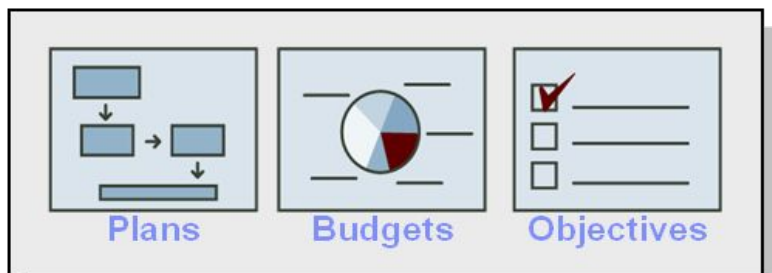
Redes Sociales



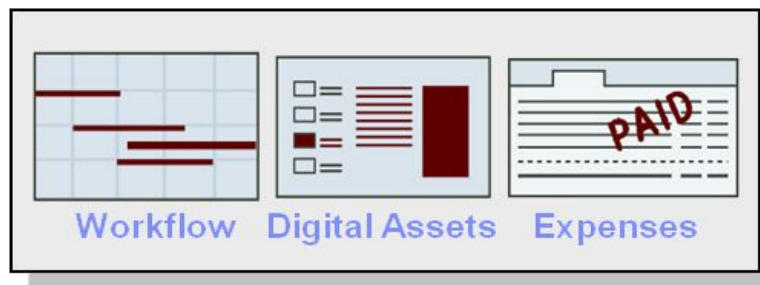
Oficinas, Agendas
Comerciales, Fichas Cliente



IBM Unica facilita los procesos de **planificación, diseño, ejecución y medición** en toda la organización de marketing



Operativa de Marketing



Unica Marketing Platform

Unica Marketing Platform

Common User Interface Framework

Common User Interface

Dashboards

Reporting

Help

Customer Awareness

Unica NetInsight

Unica Detect

Unica PredictiveInsight

Unica CustomerInsight

Centralized Decisioning

Unica Campaign

Unica Interact

Unica Optimize

Cross-Channel Execution

Unica eMessage

Unica Leads

Unica Distributed Marketing

Integrated Marketing Operations

Unica Marketing Operations

Platform Services

User Management

Centralized Configuration

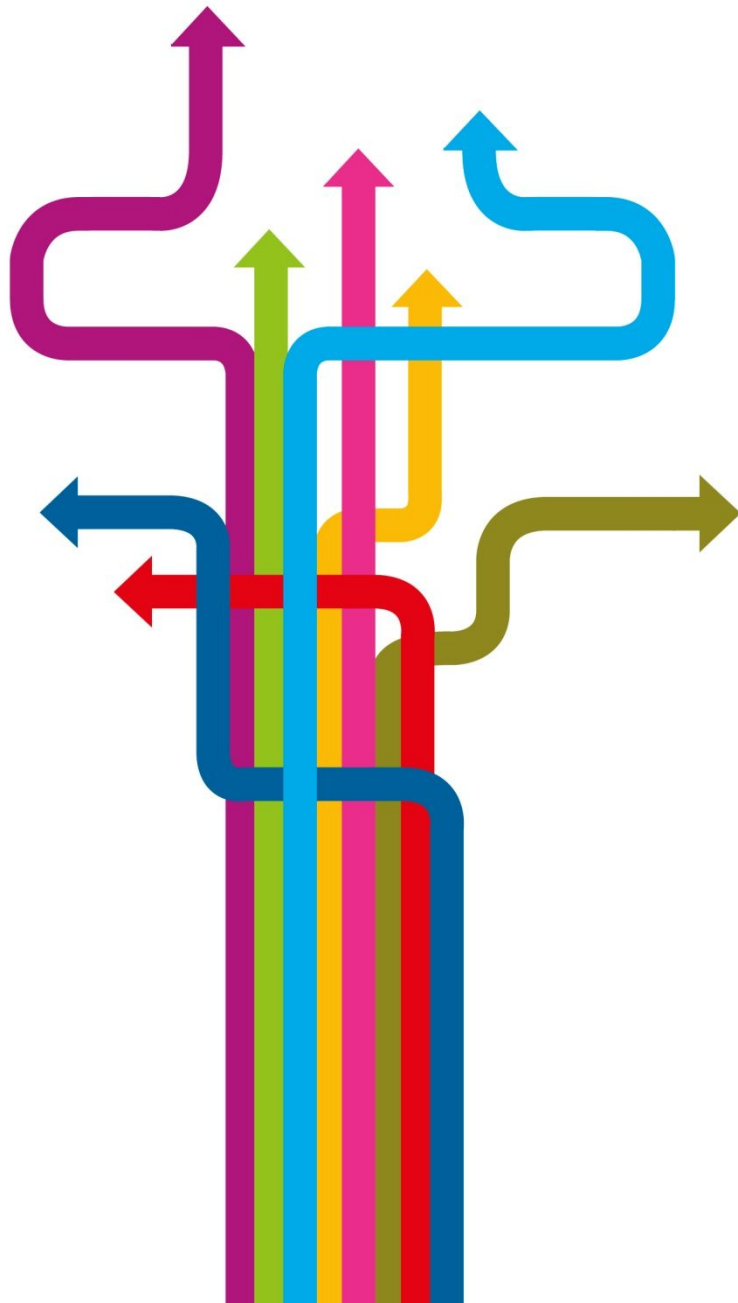
Localization

Auditing

System Scheduling

Integration Services

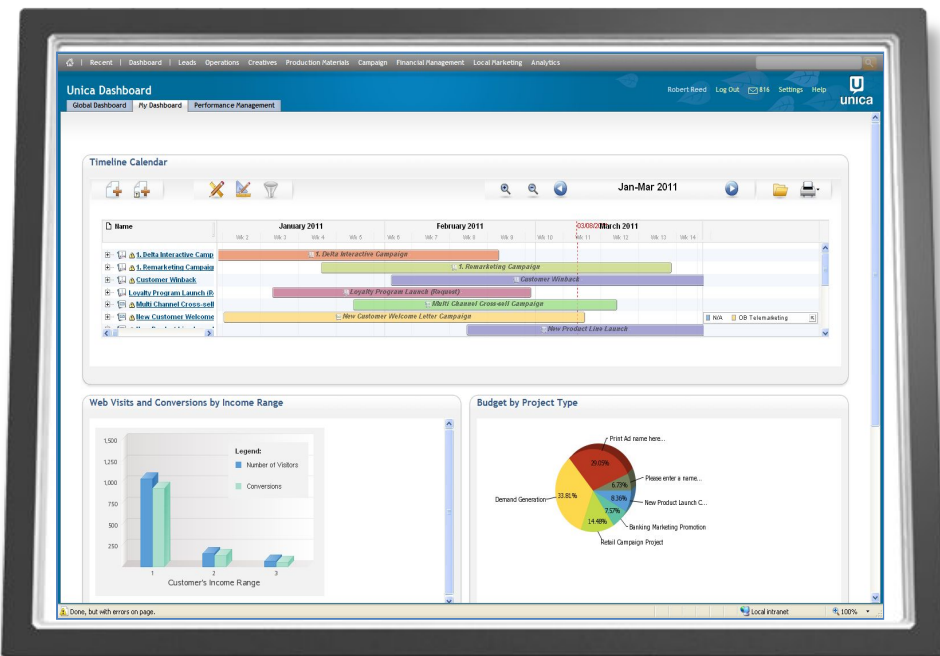




**Ejemplo de uso de
Unica para un
marketing interactivo**



Planificación de Campañas con UNICA



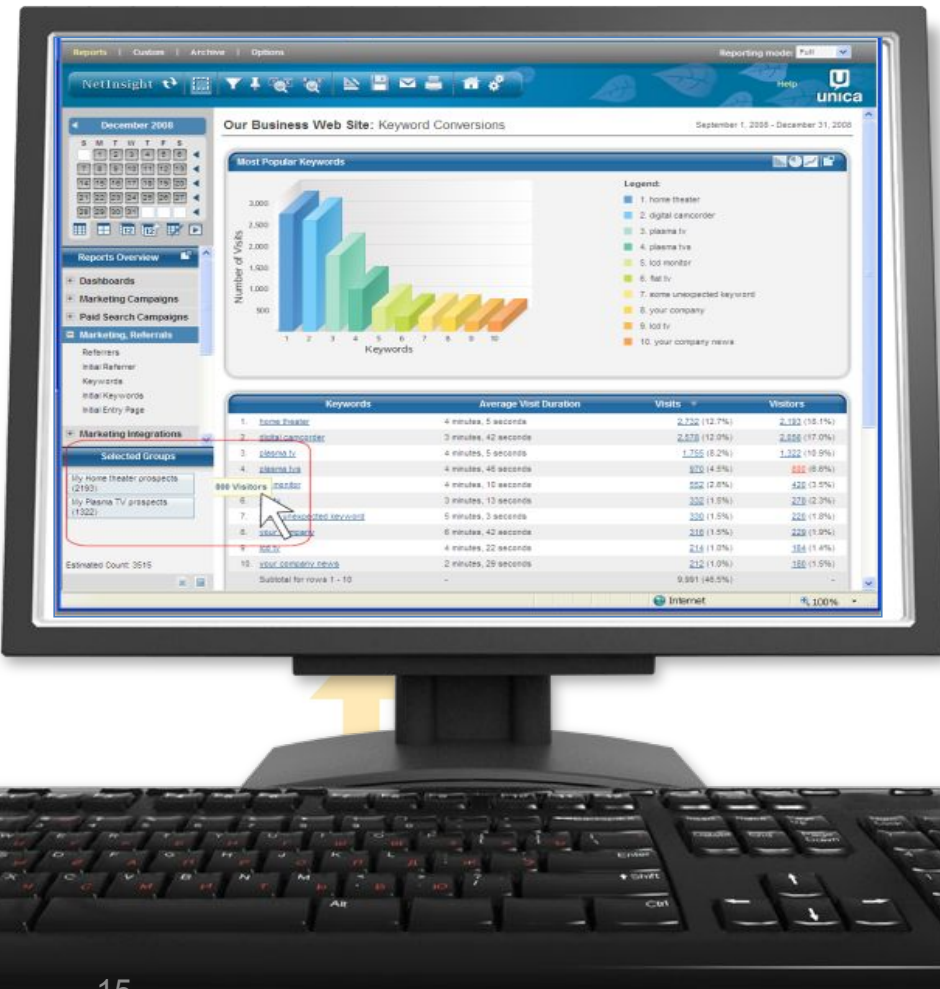
Procesos de solicitud y seguimiento de proyectos mediante workflows, alertas y aprobaciones

Visión global de la actividad de marketing mediante calendarios categorizados por tipología de actividad

Repositorio único de las creatividades de marketing

Definición de métricas de rendimiento por actividad y seguimiento de resultados

Medición de la actividad de un cliente en canales online con UNICA



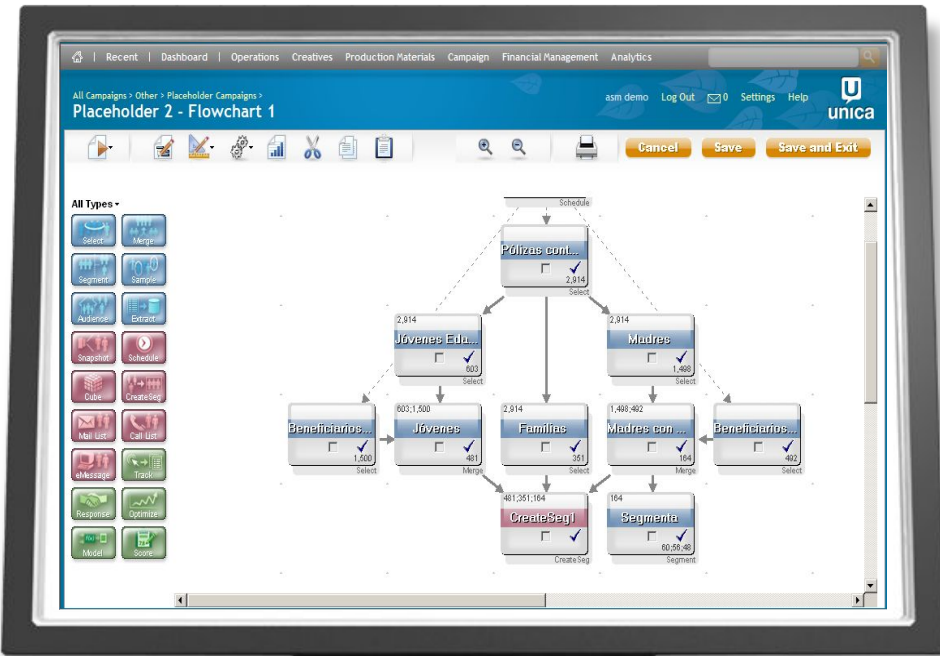
Recogida de los elementos de navegación y eventos clave de negocio en la web

Configuración de informes y cuadros de mando para pilotar su actividad online

Capacidad de integración de datos

Selección visual y exportación de segmentos

Definición de Campañas Multicanal con UNICA



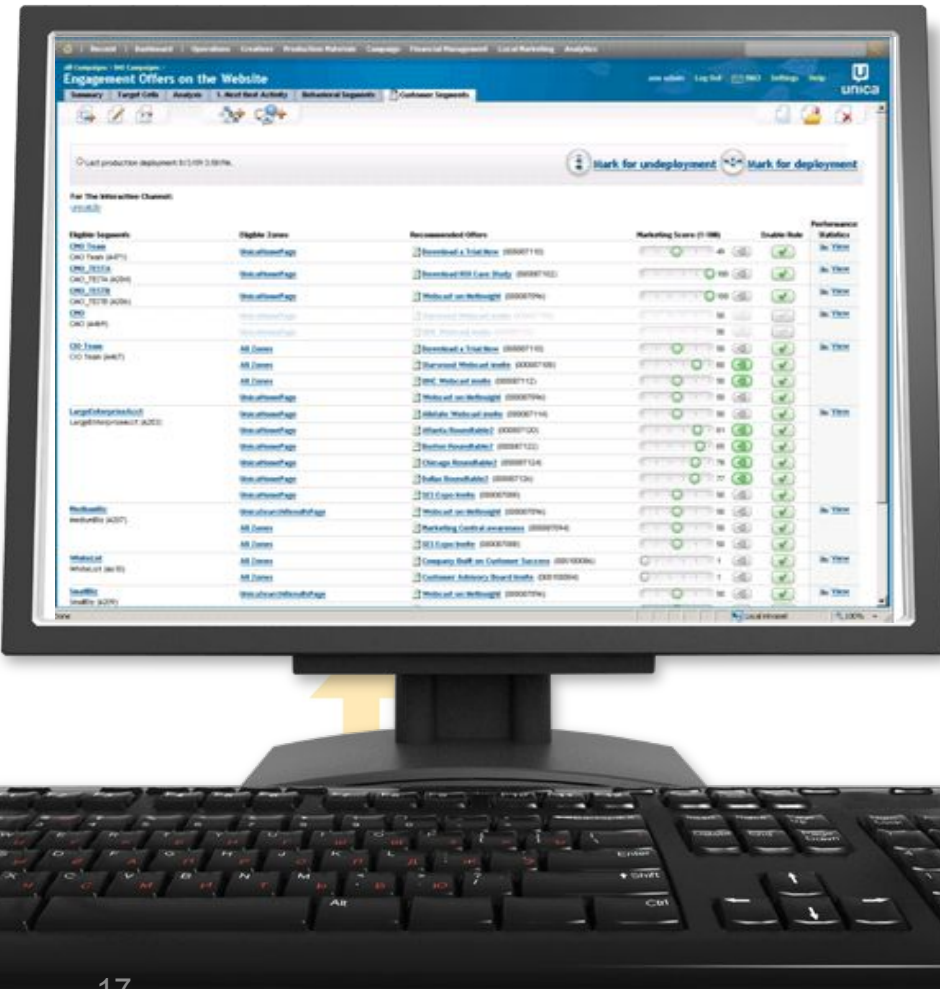
Definición de campañas y ofertas personalizadas para todos los canales

Definición de campañas y generación de públicos objetivo

Integración con canales para la presentación de ofertas y captura de respuestas

Definición de métricas de rendimiento y seguimiento de resultados

Campañas Tiempo Real con UNICA



Definición de campañas y ofertas personalizadas para canales interactivos

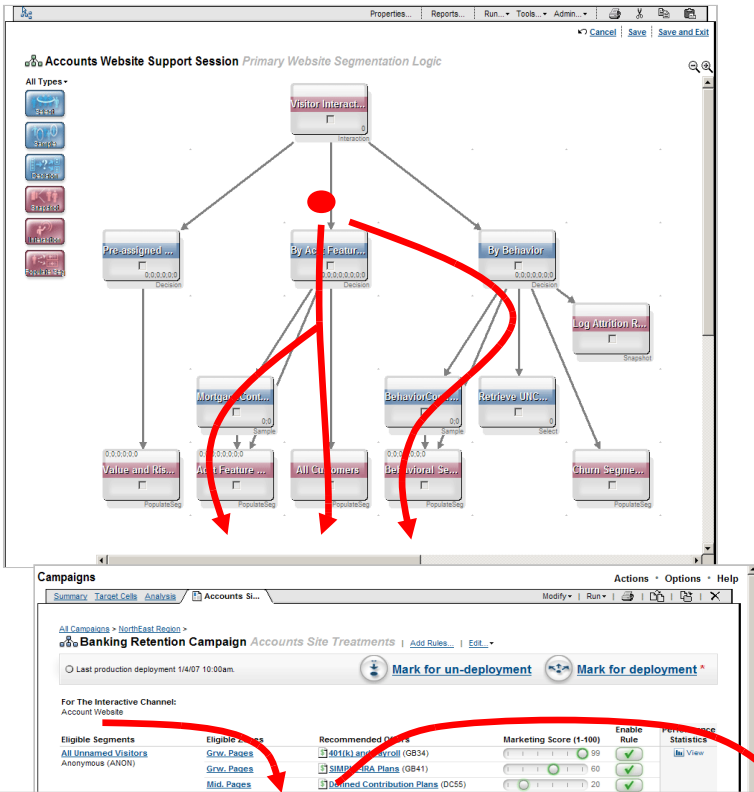
Definición de segmentos interactivos y estrategias de interacción

Proceso en tiempo real para presentación y feedback

Informes de seguimiento

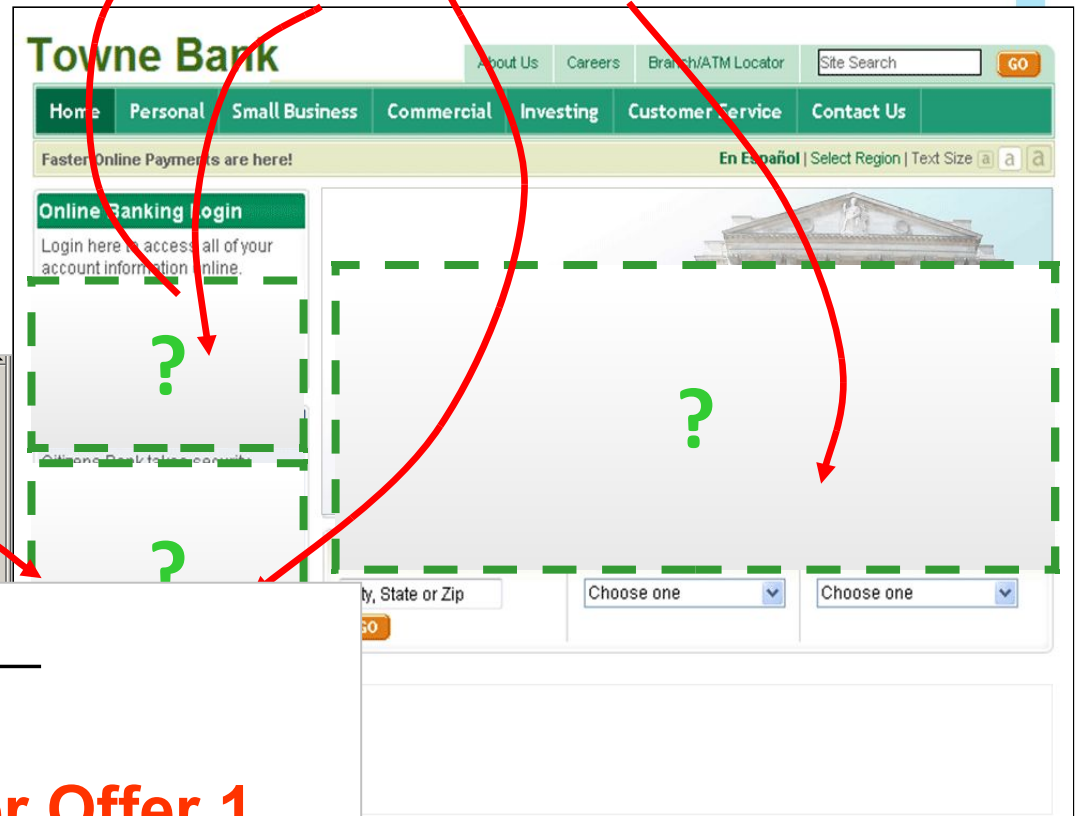


Ejemplo



Javascript or Web Services Call to Interact drive page content

```
execute NewVisit(0132,  
  getProfile(0132),  
  getOffers(HomePage,1))
```



Eligible Segment Recommended Offer

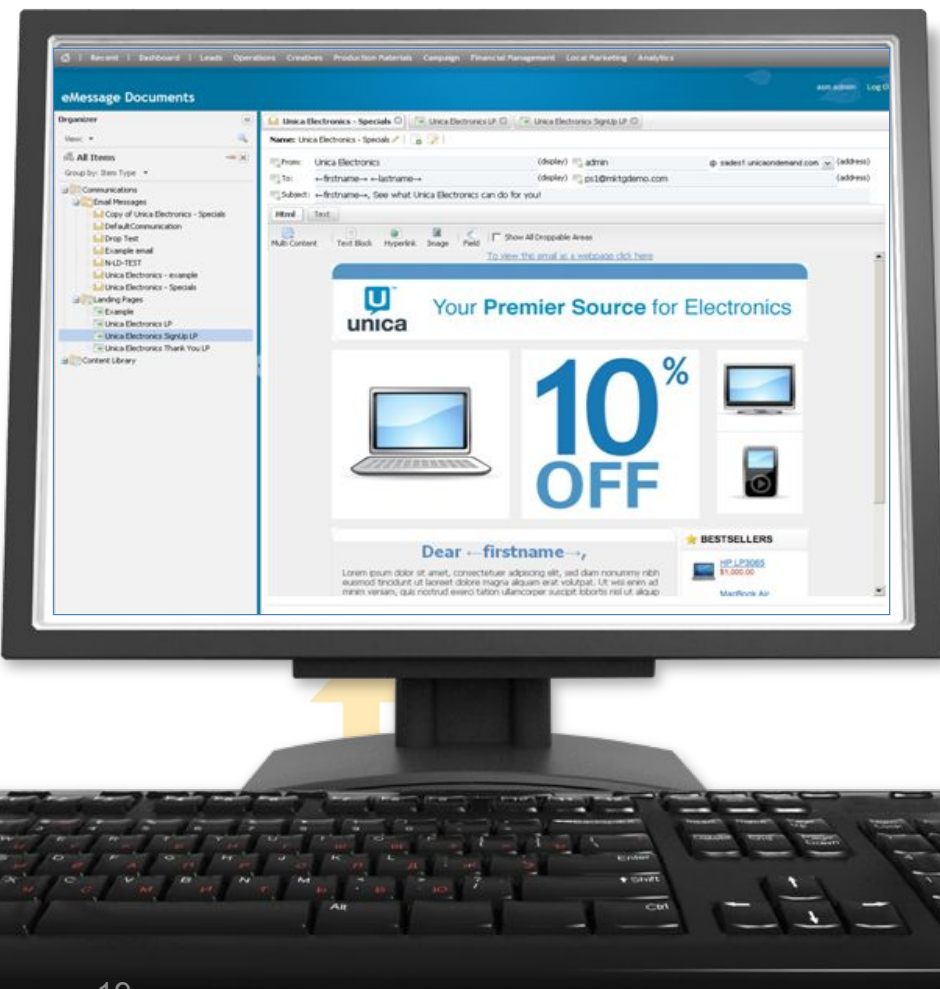
Silver Segment
86

Silver Offer 1

Gold Segment

Gold Offer 1

Email Marketing con UNICA



• Diseño y envío de emails y landing pages

• Planificación de la ejecución ad-hoc, transaccional

• Servicios de entregabilidad y de reputación de dominios

• Medición de los resultados

Algunos beneficios reportados por Clientes de IBM Unica

Mayor *efectividad* en marketing:

Mayor valor cliente

5-15% incremento

Mayor ROI de campañas

15-30% incremento

Incremento tasas de respuesta

10-50% incremento

Otras métricas

Ingresos, beneficios, y otros específicos por industria como ARPUs, tamaño cesta compra, portfolio financiero, etc..

Mayor *eficiencia* en marketing:

Más campañas con los mismos recursos

2-5x incremento

Reducción de ciclos y esfuerzos de marketing

40%-80% reducción

Reducción de costes de marketing

20-40% reducción

Reducción de costes de captación

25%-75% reducción

Valoraciones de analistas



Unica: The Leader

Gartner Magic Quadrant: Multi-Channel Campaign Mgmt, May 20, 2011

Unica: Leader

Gartner Magic Quadrant: Marketing Resource Mgmt, Feb 1, 2011



FORRESTER®

Unica: The Leader

The Forrester Wave™: Cross-Channel Campaign Mgmt, Q4 '09



Unica: Winner

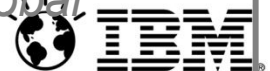
CRM Magazine's 2010 CRM Market Award for Marketing Solutions (Unica is now a six-time winner)



**FROST
&
SULLIVAN**

Unica: Market Share Leadership

*Marketing Process Optimization Solutions, Global
2010 report*



IBM Unica: la solución de marketing multicanal

- Asegurarse que sus iniciativas de marketing responden a las necesidades de sus consumidores
- Asignar de una forma efectiva la inversión del marketing en todos los canales

