

MIKROSEGMENTACJA – ROZWIĄZANIE DLA BIZNESU KOGNITYWNEGO

Wiele organizacji, w tym z sektora finansowego, poszukuje coraz lepszych możliwości wykorzystania danych zgromadzonych w swoich bazach i zewnętrznych źródłach w dopasowaniu oferty do oczekiwań klientów i ich lepszej obsługi.

Zarządzanie i sprzedaż oparte tylko na intuicji lub wiedzy eksperckiej zbyt wiele razy okazały się mało skuteczne, a tradycyjna analityka oparta na modelach eksperckich i zdolności ludzi do przetwarzania informacji napotyka na istotne ograniczenia.

Za sprawą sztucznej inteligencji i algorytmów uczenia maszynowego zyskujemy dostęp do narzędzi wykraczających możliwościami ponad typową analitykę biznesową. Narzędzi pozwalających odnajdywać w danych nowe trendy, wzorce zachowań i zależności dających firmom istotną przewagę na konkurencyjnym rynku.



Czym jest mikrosegmentacja?

Mikrosegmentacja to zaawansowana forma segmentacji, która grupuje niewielką liczbę klientów w precyzyjne segmenty, w oparciu o różne czynniki, w tym prognozy behawioralne i czynniki demograficzne.

Dzięki mikrosegmentacji osoby odpowiedzialne za marketing mogą precyzyjnie kierować działania marketingowe do każdego mikrosegmentu tak, aby zmaksymalizować skuteczność kontaktu z klientem i dopasować ofertę do jego oczekiwań.

Klienci szybciej reagują na spersonalizowane usługi i oferty prezentowane w czasie rzeczywistym w dowolnym kanale kontaktu z organizacją. Jest to ważny czynnik przewagi konkurencyjnej organizacji, które przyjęły możliwości oparte na danych i sztucznej inteligencji.

Celem rozwiązania kognitywnego jest stworzenie oferty, która trafia w punkt oczekiwań klienta, jest sprofilowana i dopasowana do mikrosegmentu klienta, a do tego prezentowana w każdym z kanałów komunikacyjnych.

Jak działa mikrosegmentacja?

Odpowiednio sparametryzowany system generuje ofertę i po sprawdzeniu czy klienta stać na „ofertę marzeń” udostępnia ją. Rozwiązanie pracuje w tle, a sparametryzowane dla każdego z segmentów oferty są gotowe do przedstawienia w dowolnym kanale, z którym instytucja skontaktuje się z klientem lub klient z instytucją.

Dziś w kontakcie, zwłaszcza z najmłodszymi konsumentami, czas jest czynnikiem krytycznym, stąd rozwiązanie pracujące w modelu usługowym, z silnikiem decyzyjnym jako komponentem wykonawczym jest w stanie dostarczyć ofertę w czasie rzeczywistym, co może przełożyć się decyzję zakupową konsumenta.

Rola technologii opartych o sztuczną inteligencję (AI) będzie rosła. Efektywne wykorzystanie wiedzy zawartej w dostępnych dla instytucji finansowych danych będzie niezbędne do ich funkcjonowania. Możliwości wykorzystania systemów uczących się zwiększają się wraz z rosnącą liczbą procesów cyfrowych i eksplozją ilości dostępnych danych, których przetwarzanie tradycyjnymi metodami przestało przynosić oczekiwane rezultaty. Wykorzystanie technologii opartych o sztuczną inteligencję przekłada się na skrócenie czasu obsługi, uproszczenie procedur, a w efekcie na poprawę doświadczenia klientów – wzrost zadowolenia konsumentów z korzystania z usług. Instytucja może precyzyjniej dopasowywać ofertę do oczekiwań klientów i zrobić to w czasie rzeczywistym, w trakcie interakcji w dowolnym kanale z konsumentem.



I firmach:



ProService Finteco specjalizuje się w tworzeniu kompleksowych rozwiązań informatycznych oraz dostarczaniu usług dla instytucji finansowych w Polsce i za granicą. ProService Finteco współpracuje z funduszami inwestycyjnymi, funduszami emerytalnymi, firmami ubezpieczeniowymi i bankami, wspierając kluczowe procesy obsługi produktów i usług finansowych oraz obsługę klientów. ProService Finteco wdraża nowoczesne aplikacje biznesowe i świadczy usługi outsourcingowe dostosowane do indywidualnych potrzeb i wymagań klientów.



MakeltRight, firma z grupy ProService Finteco, jest liderem rynku robotyzacji i automatyzacji, tworzy nowoczesne rozwiązania technologiczne dla firm ubezpieczeniowych, wdraża także systemy wykorzystujące sztuczną inteligencję (AI). Zespół doświadczonych entuzjastów technologii realizuje projekty z klientami w instytucjach finansowych i rynku korporacyjnym. Oferowana przez firmę technologia ułatwia ludziom pracę i wykonuje za nich powtarzalne zadania, dając czas i możliwość zawodowego rozwoju. Współpracując z klientami, dostosowujemy technologię do ich biznesu i znajdujemy spersonalizowane rozwiązania, gwarantujące rozwój oraz większą wydajność.