

Avanade i Amperity oferują firmom wgląd 360° w ich interakcje z klientami w czasie rzeczywistym

Avanade wspólnie z Amperity, dostawcą platform danych klientów, oferują na europejskim rynku innowacyjną platformę, która ujednocila dane klientów pochodzące z różnych źródeł i dostarcza firmom wgląd 360° w ich interakcje z klientami w czasie rzeczywistym. Rozwiązanie ma na celu usprawnić wykorzystanie własnych danych marketingowych w organizacjach. Wewnętrzne dane Amperity wskazują, że firmy z reguły błędnie identyfikują 23 proc. swoich klientów, co ma wpływ na około 53 proc. ich rocznego przychodu.

Po sukcesie w Ameryce Północnej, Avanade, globalny dostawca rozwiązań Microsoft i Amperity rozszerzają wspólną działalność na rynek europejski. Firmy oferują rozwiązanie, które kompiluje informacje o klientach, czynnikach wpływających na ich decyzje zakupowe, a także analizuje zakupowe wzorce konsumentów i tworzy predykcje ich przyszłych zachowań. W wyniku współpracy powstał system oparty na innowacyjnej technologii przechwytywania i integrowania danych ze źródeł online i offline umożliwiający zbudowanie całościowego profilu klienta z praktycznymi danymi.

Jednym z kluczowych wyzwań stojących przed współczesnymi przedsiębiorstwami jest analiza danych gromadzonych z wielu nieustrukturyzowanych źródeł. Biorąc pod uwagę fakt, że z roku na rok gwałtownie rośnie ilość generowanych danych, konieczne jest wprowadzenie rozwiązań harmonizujących powyższe procesy raportowania. Istotną rolę w zarządzaniu danymi odgrywają technologie sztucznej inteligencji oraz machine learning, a wiarygodność i precyzja opracowanych z ich pomocą danych pozwalają nie tracić czasu na deduplikację informacji przed podjęciem odpowiednich działań. Ujednocione i odpowiednio zinterpretowane dane mogą stanowić wartościowe źródło informacji umożliwiające firmom tworzenie wyjątkowych doświadczeń zakupowych.

– wyjaśnia **Bartłomiej Antczak, Country Manager Avanade w Polsce.**

*- Aby zapewnić swoim klientom wartościowe doświadczenia zakupowe, producenci oraz sprzedawcy detaliczni coraz częściej korzystają ze zautomatyzowanej analizy danych. We współpracy z Amperity i Avanade, Microsoft i Microsoft Cloud pomagają producentom i sieciom detalicznym pozyskiwać dane konsumentów ze wszystkich kanałów. Dzięki temu firmy mogą podejmować proaktywne decyzje biznesowe oraz zapewnić swoim klientom dokładnie takie doświadczenia zakupowe, jakich oczekują - komentuje **Shelley Bransten, Corporate Vice President, Worldwide Retail and Consumer Goods, Microsoft.***

Prognozy dotyczące dalszego ograniczania wydatków przez konsumentów europejskich, związane z rosnącymi kosztami życia¹, skłaniają przedstawicieli biznesu do bardziej precyzyjnego badania potrzeb konsumenckich, które pozwoli im na optymalizację oferowanych produktów i usług. Obecnie, aby dotrzeć do klientów i zrozumieć ich potrzeby, nie wystarczy już zastosowanie strategii typu multichannel czy omnichannel. Kluczową rolę odgrywa dziś dostęp do danych konsumentów.

¹ [European consumers expected to continue to reduce spending](#)

Na podstawie współpracy z firmami z rankingu Fortune 500, Amperity obliczyło, że z reguły identyfikują one błędnie 23 proc. swoich klientów, co ma wpływ na około 53 proc. ich rocznego przychodu. Korzystanie z błędnych lub nieuporządkowanych danych może skutkować podjęciem nieodpowiednich decyzji lub przygotowaniem niewłaściwej oferty. Ryzyko nietrafności produktów i usług rośnie wraz z podjęciem prób personalizacji ofert na podstawie niepełnych informacji. Aby temu zapobiec, innowacyjna platforma do zarządzania danymi klientów ujednolica dane pochodzące z różnych źródeł i dostarcza firmom wgląd 360° w ich interakcje z klientami w czasie rzeczywistym. Dzięki rozwiązaniu, które powstało we współpracy Avanade i Amperity z wykorzystaniem Microsoft Cloud i Cloud for Retail, firmy mają możliwość optymalizacji targetowania klientów oraz dostosowania swojej oferty do rzeczywistych potrzeb i oczekiwań konsumentów.

- Firmom warto zrewidować swoje podejście do wykorzystywania danych marketingowych pozyskanych przez zewnętrzne podmioty, ze względu na blokowanie zewnętrznych plików cookie. Ponadto, rosnące oczekiwania klientów w kwestii prywatności danych i regulacje z tym związane sprawiają, że strategia polegająca na korzystaniu z własnych danych marketingowych zapewnia przedsiębiorstwom dostęp do właściwych profili klientów, zbudowanych na bazie rzeczywistych tożsamości. Strategia wykorzystania własnych danych, zweryfikowana przez setki naszych klientów, potwierdza swoją skuteczność zarówno w kwestii zwiększania zasięgu działalności biznesowej, jak również pod względem poprawy wskaźnika zwrotu z inwestycji w lojalność i pozyskiwanie klientów. Dzięki połączeniu chmury Microsoft Azure, ekspertyzy oraz skalowalności rozwiązań Avanade, a także korporacyjnej platformy do przetwarzania danych konsumentów od Amperity, organizacje mają możliwość poprawić wyniki biznesowe i zaoferować klientom wyjątkową obsługę. Nasze wspólne rozwiązanie oferuje również wyjątkową możliwość redukcji czasu niezbędnego do właściwego przetworzenia i efektywnego wykorzystania danych - dodał Matthew Biboud-Lubeck, Head of Europe and UK, Amperity.

###

O Avanade

Avanade jest globalnym dostawcą innowacyjnych usług cyfrowych, chmurowych i doradczych oraz rozwiązań branżowych i doświadczeń opartych na projektowaniu w ekosystemie Microsoft. Każdego dnia 56 tys. naszych profesjonalistów działających zgodnie z najwyższymi standardami w 26 krajach wywiera istotny wpływ na działalność naszych klientów, a także na ich pracowników oraz partnerów. Zostaliśmy nagrodzeni przez Microsoft tytułem Partner of the Year w kategorii Globalny Integrator Systemów więcej razy niż jakikolwiek inny podmiot. Dzięki największej liczbie certyfikacji Microsoft (ponad 60 tys.) i posiadanym 18 (z 18 możliwych) kompetencjom Microsoft na poziomie Gold, potrafimy najlepiej wspierać firmy w rozwoju i pokonywaniu najtrudniejszych wyzwań, z którymi się zmagają. Jesteśmy firmą, która stawia przede wszystkim na ludzi i której celem jest zapewnienie miejsca pracy sprzyjającego integracji, w którym pracownicy czują się komfortowo, będąc sobą. Jako odpowiedzialna firma budujemy świat w oparciu o zasadę zrównoważonego rozwoju oraz pomagamy młodym ludziom pochodzącym z niedostatecznie reprezentowanych społeczności w pełni wykorzystywać swój potencjał.

Spółka Avanade, której większościowym właścicielem jest Accenture, została założona w 2000 roku przez Accenture LLP i Microsoft Corporation. Dowiedz się więcej: www.avanade.com.

O Amperity

Amperity jest wiodącym dostawcą platform danych klientów, wspierającym firmy w optymalizacji wykorzystania danych, poprawie wyników marketingowych, budowaniu długoterminowej lojalności klientów oraz zwiększaniu przychodów. Z rozwiązań Amperity korzystają takie globalne firmy jak: Alaska Airlines, Endeavour Drinks, Kendra Scott, Lucky Brand, Planet Fitness, Seattle Sounders FC, Under Armour i Wyndham Hotels & Resorts. W celu uzyskania dodatkowych informacji, odwiedź stronę [Enterprise Customer Data Platform for Customer-Centric Brands | Amperity](#) lub obserwuj profil @Amperity.

Osoby do kontaktu:

Mariia Ivanochko

PR Manager

mobile: +48 574 695 246

e-mail: mivanochko@tailorsgroup.pl