



电子书

Intelligent Data Management 成就非凡 客户体验的四大秘诀



目录

引言	3
客户体验构成持久印象	5
Intelligent Data Management 成就非凡客户体验的四大秘诀	8
1. 串联客户所有数据	9
2. 释放客户数据的价值	11
3. 让客户感觉自己做出了明智决策	13
4. 让客户实现小投入，多办事	15
携 Informatica 之手创造上乘客户体验	17
扩展资料	18
关于 Informatica	19

引言

曾几何时，客户对企业的印象仅停留在面对面交流或电话沟通的层面上。数字经济时代的到来，让这一切彻底改观。如今，品牌与客户群体互动的机会呈指数级上升，同时也增加了高度碎片化体验的可能性。随着社交媒体、电子商务和云计算的转型发展，客户体验 (CX) 从本质上已演变成一种新范式。它逐步从交易型转变为体验型，从有限的范围拓展到无限的范围。

现在，客户和体验之间存在无数个接触点，任何一点都能决定是成功签单，还是关闭了通往未来业务的成功入口。虽然有如此多的互动机会，但如果互动之间毫无关联，就好比左手不知右手在做什么，那么您让客户失望的几率就更大了。¹近期调查报告指出，半数以上的美国人在经历一次糟糕的体验后会直接放弃品牌。²

对客户来说，这是客户体验的最好时代。
如今他们几乎瞬间即可通过任意渠道（包括聊天机器人和客户服务）联系上任何一家企业。

但对于公司来说，如果他们没办法访问、连接、分析这些接触点（从第一次接触到最终销售）并对其采取相应的操作，那么这可能是最坏的时代。

面对数字领域捕获的如此多的关键接触点，品牌会发现自己完全淹没在未开垦的客户数据海洋中，而数据则困在本地和云端多个业务线的应用程序孤岛之上。

¹ https://www.salesforce.com/content/dam/web/en_us/www/documents/research/salesforce-state-of-the-connected-customer-fifth-ed.pdf

² <https://www.newsweek.com/most-americans-would-stop-using-brand-after-1-bad-experience-survey-1726937>

如果数据无法应用到工作中，那么要数据有何用？

全新的客户体验范式迫切需要新的战略，以全新方式赋能员工尽可能多地运用客户数据。然后您可以向全体用户交付切实可行的洞察，包括数据科学家、数据分析师、销售、客户服务和市场营销。挖掘数据的创新价值取决于查找、了解和信赖所用数据的能力，如今在云端，这种操作更快捷、也更轻巧。

可访问、可信且互联的数据是打造卓越客户体验的基础。如果您依赖的数据是孤立、本地部署或批量处理的，您很可能会发现这些模式过于缓慢，无法运用。因为这些数据原本用于间歇性跟踪和过期的 IT 格局，无法满足当下的实时互动和客户期望需求。

在现代企业中，交付客户体验牵涉到所有员工，人人有责。从首席高管到一线员工，数据乃是吸引、转换、服务和挽留客户的基础。

如果他们做不到这一点，客户就会发现差别。

麦肯锡研究指出，妥善管理客户体验的公司在各方面均有所改进，如客户满意度提升 20%，销售转化率提高 15%，服务成本降低 30%。³

³ <https://www.airtable.com/lp/resources/reports/2022-marketing-trends>

客户体验构成持久印象

客户体验是个大话题，它涵盖客户从第一次与您接触到最近一次互动的体验之旅中，您的品牌在各方面给客户留下的印象。它可形成对品牌的全面看法，影响盈亏底线相关的因素，包括收入和成果。

创造客户体验的两个主要元素是**人**和**产品**。有关客户，您不妨自问：

- 您知道客户是谁吗？他们在生命周期中处于什么阶段？他们的需求是什么？
- 他们是否信赖您网站上的产品信息，找到他们所需，并相信这些信息是准确的？
- 他们是否满意客户支持团队在帮忙解决问题上所表现出来的专注度？

这些是创建卓越客户体验时一些因素发挥作用的常见示例。千万不要搞错了，手握权利的是客户而非卖家。

谁给了他们这种权力？

答案是我们，还有一点点全球互联网的助推。

客户的选择范围很广阔，无论是产品还是供应商。他们还拥有充足的资源，可在决定购物之前自行探索了解相关知识。

因此，品牌务必要打造与众不同的卓越体验，消除摩擦，让客户愿意继续与您保持业务往来。客户是提高品牌知名度和企业盈利的最佳资源。

那么，如何衡量客户体验，以确定自己哪方面做得不错，哪方面还有改进空间？

即使是最高级的数据专家队伍，也一度难以应对海量复杂的数据、系统和存放这些数据的应用程序的需求。但成功化解这个需求的关键并非来自魔术师的神奇之手。它来自于企业与 IT 部门的通力合作，创建一个更好的数据环境，为卓越的客户体验和全渠道商务打开通路。在这个客户超高参与度和全渠道交易的年代，这意味着，整个公司都要转型改变，从查找数据转为使用数据，创造非凡的客户体验。

为了预测产品想要的产品，交付他们期望的个性化体验，公司亟需从相关数据中挖掘洞察。他们要了解一切指标，从满意程度到品牌忠诚度。此外，他们还要判断客户 Dan Jones 与 Daniel T. Jones, Jr. 是否是同一个人，以及他对商品和客户支持体验的满意度如何。

下一步行动。

涉及客户、员工或合作伙伴的每一个数字接触点都有可能产生有价值的信息，这些数据可决定客户体验是平淡无奇还是令人难忘。

这种快速发展的数字商务也极大地增加了内容营销和市场营销的请求量。内容营销和市场营销请求过去一年上涨了 52%。⁴

⁴同上。

您知道吗？

- 不到半数的受访营销人员对他们使用数据改善决策和绩效的能力充满信心，他们提到的挑战是：跨系统查找数据 (33%)，各系统中数据不一致 (39%)，数据质量问题 (26%)。⁵
- 越来越多管理客户体验的应用程序构成了互动孤岛，60% 的客户表示感觉自己仿佛在跟多个独立的部门打交道，而不是一家公司。⁶
- 营销工作效率受到手动流程以及 workflow 断联的束缚，其面临的挑战包括 workflow 低效 (27%)、团队之间形成信息孤岛 (26%) 以及重复工作 (24%)。⁷

⁵ <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/survey-us-consumer-sentiment-during-the-coronavirus-crisis>

⁶ https://www.salesforce.com/content/dam/web/en_us/www/documents/research/salesforce-state-of-the-connected-customer-fifth-ed.pdf

⁷ <https://www.airtable.com/lp/resources/reports/2022-marketing-trends>

Intelligent Data Management 成就非凡客户体验的四大秘诀

鉴于当下形形色色渠道的数据以排山倒海之势涌入企业，要应对这种数据需求，企业需要采用人工智能驱动的智能型方法管理数据。

采用人工智能驱动的数据分析工具预测客户需求是最佳数据实践之一，可从海量数据中提炼切实可行的洞察。不过，这些洞察也受到 IT 管理环境的制约和限制。只有现代化、自动化和可扩展的云原生基础架构才能在保持成本效益的同时，实现收益最大化。

企业若要通过转型以应对不断变化的市场和客户行为，还要在云端部署全新的业务应用程序。这有助于确保数据迅速整合到关键应用程序中，在全企业用户中广泛共享。

参见下文四大秘诀，如何通过人工智能赋能的云数据管理创造非凡的客户体验。

要获得单一客户视图？共同见证奇迹时刻。

1. 串联客户所有数据

创建单一的共享客户视图是销售、营销和客户体验领域的领导者需要面对的最具挑战性、也最有价值的任务之一。88% 的客户表示，客户体验与公司的产品或服务同等重要，因此，全企业范围内的单一客户视图有利于整家公司围绕客户进行协同调整。⁸凭借单一的客户数据源，可提高获客率、增长率和挽留率。

统一的客户群体及相关数据生成丰富的档案，构成 360 度全方位业务视图，带您了解各职能领域的活动如何影响品牌的整体体验。

69% 的公司表示他们没有全方位业务视图。⁹他们仍无法成功收集、统一和分析客户数据，因为他们要用来改善结果的关键数据分散在各业务线应用程序、桌面和整个分析数据存储库中。这样我们就很难看清并理解客户的痛点、需求和偏好，无法采取相应行动。

通过端到端的智能云数据管理平台，您可以通过准确又可信的单一客户视图来统一数据孤岛。

您的单一客户视图成为创造全新互动方式的催化剂，以更一致、更有针对性的方式与客户互动。

成果如何？

在深度洞察赋能下，企业可以迅速构成并测试市场营销战略和营销活动战术。提高对客户需求的可见性后，企业对需求更有把握，此时销售对话更加有理有据，更具相关性且成效更高。在高准确性的客户视图支持下，服务和支持资源可进行高效分配，缩短解决时间。业务流程实现自动化和精简，监管合规变得简单化，同时关键业务 KPI 更易于跟踪和理解。

单一客户视图的部分优势

- 分享并使用单一来源的客户信息
- 确保相关人员可随时随地访问数据
- 实现业务流程的自动化和精简
- 删除数据的冲突版本
- 确保合规性
- 交付深而广的数据情报
- 轻松跟踪和了解业务关键 KPI
- 保护敏感数据

⁸ https://www.salesforce.com/content/dam/web/en_us/www/documents/research/salesforce-state-of-the-connected-customer-fifth-ed.pdf

⁹ <https://www.customerengagementinsider.com/analytics/whitepapers/market-study-customer-intelligence-analytics>

要提高获客率、增长率和挽留率，企业需要创建客户数据的单一来源，也就是单一客户视图。因此，企业呼吁一款高度可扩展、安全且可信的数据管理云，实现客户至上体验。它还可以支持企业分析师、数据科学家和团队成员查找并关联客户的全部数据，创建完整且可信的客户档案。

实际案例：菲律宾联合银行如何通过单一客户视图将收入提高 12 倍

菲律宾联合银行曾迫切要成为 100% 数字银行，加强合规性并提高数据质量，从而推动“了解您的客户” (KYC) 措施计划。他们希望促进金融包容性，增加销售机会，为客户提供恰当好处的服务。Informatica 通过单一客户视图，帮助他们增加交叉销售和追加销售机会，助力其将收入提高了 12 倍。这家银行通过不断调整适应波动起伏的市场，打通新渠道，如社交商务、可购物广告和店内体验数字化，并积极运用相关且丰富的情景产品信息，实现更高的转换率。



“我们一直选用 Informatica 产品，因此一眼就能判断客户的信誉状况，不到三分钟就能批准贷款。”

Henry Aguda

菲律宾联合银行首席技术运营官
和首席转型官

您是否运用分析技术释放数据中潜藏的力量？

2. 释放客户数据的价值

Gartner 指出，到 2025 年，在关键财务指标上优于竞争对手的上市公司中，有 70% 的公司将以数据和分析为中心。¹⁰

凭借客户体验秘诀 1，您可以将所有数据整合到统一位置。但如何运用数据才能创造非凡的客户体验？换句话说，如何透过可信数据获得客户洞察，进而提高市场投资回报率，降低成本？

内容营销和营销活动必须证明其可观的投资回报，公司对这方面的监管日趋严格。只有 30% 的营销负责人对营销投资回报率有一定的了解。¹¹

作为销售、营销或客户体验负责人，您是赋能团队利用数据进行预测的关键人物：

- 交付无缝跨渠道体验
- 采取下一步最佳行动
- 衡量和报告各项活动，了解哪些活动富有成效，哪些是无用功

但客户数据是无处不在的。当下客户兴趣和行为都在快速变化，您应串联起全部数据并加以充分运用，从中获得深刻的客户洞察，其内容涉及：

- 宣传和推广营销活动
- 协同各种销售重心和方案、接触点和渠道
- 支持客户服务解决问题和积极主动的外联
- 阐述客户战略

客户分析的部分优势

- 实现更高的投资回报率
- 几乎支持任何模式的数据访问
- 可扩展覆盖复杂的数据模式和任意数据量
- 加快价值实现
- 保持数据准确、完整且随时可用
- 交付自动化的数据质量和数据扩充
- 保护敏感数据
- 交付基于价值的成果

¹⁰ Gartner, "How to Optimize Enterprise Value From Data and Analytics (《如何从数据和分析中优化企业价值》)", Rita Sallam, 2022 年 10 月 10 日

¹¹ <https://www.airtable.com/lp/resources/reports/2022-marketing-trends>

端到端的智能云数据管理平台可深度理解客户及其动机和行为，助力企业将客户分析迅速转换为业务价值。这样一来，您的团队可制定更有针对性的营销方案，增强销售领域的统一性，快速解决问题，优化渠道，提高制定计划和衡量成果的效率。

其成果是优化了客户体验，也提高了：

- **获客率，交叉销售和追加销售率**：优化了客户档案、客户细分/定位和产品推荐
- **客户保留率和忠诚度**：更准确地预测客户流失，提出下一步最佳行动建议
- **客户转化率**：实现更及时、更准确、更一致和情景信息更丰富的跨渠道互动

运用可信数据深化客户分析和洞察，从而优化企业的选择，提高企业的增长和生存竞争力。可信的客户洞察可降低相关成本，提高营销投资回报率。它们可帮助您真正了解客户的需求、他们所使用的渠道以及全程体验。

实际案例：Humana 如何使用客户交互数据增强客户体验，制定更好的计划

Humana 是一家以消费者为中心的健康保健公司，要运用所有客户交互数据来更深入地了解客户需求和行为，从而制定更加个性化的计划和项目。每个运营单位都要实现高度可用性，有助于业务用户在终身健康之旅随时使用。在 Informatica 的帮助下，Humana 通过内外部客户行为的综合视图来制定以结果为导向的计划，从而降低了成本并提高了客户保留率。

Humana

“Informatica 帮助我们更深入地了解客户与我们打交道的方式。现在我们可以从多个角度分析信息，创建个性化的程序和计划，最大限度提高客户和业务的健康水平。”

Phani Konduru

Humana 消费者参与、
企业数据和分析 IT 负责人

交付无缝的全渠道体验看似不可能？

3. 让客户感觉自己做出了明智决策

客户对数字体验不断变化的期望和对通货膨胀的担忧正在改变购买行为。一项近期调查指出，79%的消费者计划继续探索新品牌或替代产品。¹²

凭借客户体验秘诀 2，分析技术可助您深入了解客户及其可能购买的产品。但您能否将这些信息转化为行动和收入？更好的服务质量就意味着更高的客户满意度，进而带来更多收入。

但您要能够确保所用的产品数据可推动销售和营销。为此，通过所有渠道与客户持续沟通、互动和交易是关键。

如果您的数据是碎片化的，商务渠道是孤立的，那么您很难为正确的渠道提交正确的信息和建议。如果营销包含不准确或不完整的产品描述、不正确的定价信息或缺少富媒体数据，您可能会失去有价值的销售，有损来之不易的品牌商誉评分。

智能产品信息管理解决方案以系统性方法，自动执行复杂实时管理和产品数据和内容在内部外系统中的分发，实现高度准确化和简单化。它们可助您：

- **连接**和整合企业中所有包含产品信息以及需要产品信息的系统
- **确保**所有系统中的产品信息准确、完整且一致
- **结构化**产品信息和目录以满足不同市场和渠道的要求
- **合成**多种语言的产品信息，以支持 SEO、营销活动 and 商务活动

全渠道商务的部分优势

- 一次性集中管理数据并分配给所有应用程序
- 通过集成工作流，加强协作
- 针对不同渠道量身定制的产品目录，加快上市时间
- 利用个性化和上下文数据，提高转化率
- 在不同应用程序和渠道之间，自动交换数据和内容
- 消除手动整合，降低成本
- 集中管理 API、流程和工作流

¹² <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/survey-us-consumer-sentiment-during-the-coronavirus-crisis>

在数字世界中，客户可能瞬间“移情别恋”，决定更换品牌。因此，企业的成败与否，关键在于企业能否更快地推动产品上市，以此击败竞争对手、增加订单量、最大限度地减少退货和降低成本。这些完全取决于企业对以下内容的交付能力：

- 准确到位的产品描述
- 引人入胜的视频和其他内容，抓住人们的眼球
- 产品缺货时的即时替代建议

实际案例：PUMA SE 如何通过跨数字渠道的内容整合将转化率提高 10%

Puma 以时尚鞋款和运动服而闻名，该公司亟需统一所有地区、渠道和接触点的客户体验。同时，该公司希望集中存储在多个孤立系统中的产品数据，维持高度一致的产品数据质量和数据治理。在 Informatica 的支持下，他们成功打通了客户、产品和使用数据之间的关联，加快了问题解决速度，提高流失预测的准确性，并改善了下一步最佳行动建议，从而提高客户保留率和忠诚度。



“得益于 Informatica 提供的高质量且丰富的产品信息、优化工作流程和数据管理流程，PUMA 显著降低了工作流程的复杂性，并成功推动了数字化转型。”

Heike Zenkel

PUMA 全球电子商务
内容管理团队负责人

在管理客户流程和应用程序方面感到一片迷茫？您并不是在孤军奋战。

4. 让客户实现小投入，多办事

凭借客户体验秘诀 3，您已经成功吸引了客户。但是，如何连接应用程序，实现工作流的自动化，以期改善客户体验并优化商务流程？

许多企业表示，将应用程序迁移入云的现代化转型实际上增加了企业的复杂性。这主要是因为新应用程序不断涌入企业，包括专门设计的专用 SaaS 和移动应用程序。虽然迁移入云的部分愿景是简化流程，但问题是，通过这些流程创建的数据和工作流似乎比以往任何时候都更加孤立和不连贯。

谈到业务流程，如何才能实现事半功倍？成功的关键是在整合数据和工作流的同时，打通数据流程环节。这样一来，您能够：

- 优化多个客户接触点的个性化服务
- 简化客户引导、产品交付和自助服务支持

- 改进营销活动的规划，提高活跃度
- 跨多个商业渠道推动产品信息和内容的无缝整合

当一切都可以通过数据和流程的智能自动化快速连接时，客户信息透明度会显著增加，协作得到改善，部门团队的效率也会提高。端到端的智能云数据管理平台可以帮助您打破数据孤岛并简化复杂性，以便：

- 将应用程序与数据存储库无缝连接起来，应对几乎任何数据延迟，无论是流式、实时或批量数据
- 通过低代码/无代码 API 开发在应用程序之间同步工作流
- 通过自动数据发现和包含数据的应用程序支持数据民主化

整合流程和应用程序的部分优势

- 一次性集中管理数据并分配给所有应用程序
- 通过集成工作流加强协作
- 通过针对不同渠道量身定制的产品目录加快上市时间
- 利用个性化和上下文数据，提高转化率
- 实现在应用程序和渠道之间自动交换数据和内容，加快上市时间
- 消除手动整合，降低成本
- 集中管理 API、流程和工作流

- 确保不同应用程序之间的数据准确性和一致性
- 绘制数据在业务流中跨应用程序流动的方式
- 集成和自动实施数据、流程和工作流

效果如何? 更快、更好地制定决策, 更好地适应不断变化的业务条件。通过减少耗时且容易出错的手动流程, 您可以减少讨论数据来源和数据质量的时间, 而将更多时间用于创新。

实际案例: Reitmans 如何通过客户流程现代化提高客户满意度和忠诚度

Reitmans 是一家领先的女装零售商, 在加拿大各地设有零售店, 其需求是在复杂的 IT 环境 (包括本地、云和第三方系统) 中简化数据整合。他们希望推动全渠道战略, 为客户提供更高的灵活性和便利性, 同时提供无缝的电子商务体验。在 Informatica 的支持下, 他们实现了流程的自动化和简单化, 例如活动激活、内容整合、客户引导和订单交付, 改善客户体验。



“Informatica 串联起客户体验旅程的所有应用程序之间的各个点, 从而可在复杂的环境中轻松移动数据。随着我们将更多系统迁移入云, Informatica 将帮助我们更快地实现这一目标。”

Carlo Varano

Reitmans Ltd. 应用程序系统总监

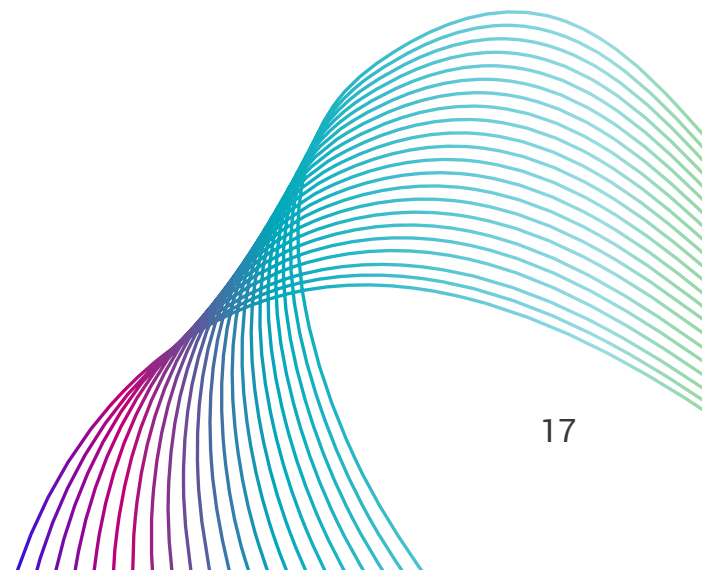
携 Informatica 之手创造上乘客户体验

鉴于不断变化的客户需求、波澜起伏的经济形势、日益严苛的监管要求以及日益激烈的竞争，每年市场上都会出现新的不确定性。为应对最为关键的客户体验挑战，企业需要海量的高质量、可信且可操作的数据。换句话说，数据是客户体验的核心。因此，确保数据随时随地供员工、应用程序和人工智能/**机器学习**技术所用应当是所有公司的首要业务要求，而不是留给 IT 部门自行解决。

市面上有很多工具可以帮助您处理客户体验的某一方面。唯有屡获殊荣的 Informatica **Intelligent Data Management Cloud™** (IDMC) (由 **CLAIRE®** 人工智能引擎支持)，通过单一平台满足您的需求，可帮助您：

- 在不折损性能的前提下，确保任意规模的数据都值得信赖、可供技术人员和非技术人员使用和访问
- 通过自动数据发现和编目了解客户数据的存放位置
- 统一来自多个应用程序的数据，创建可信的客户档案

- 使用简化的数据整合，将数据加载到分析平台
- 运用数据清理和扩充功能，提高数据准确性和完整性
- 运用数据掌控功能，确保跨应用程序和分析的数据一致性
- 了解数据治理政策并创建**数据集市**以便于访问和理解数据，轻松合规地分享数据
- 使用 API 和流程自动化，确保数据跨应用程序、流程和数字渠道的可操作性



扩展资料

当您准备好携 Informatica 之手创造非凡的客户体验，您可以：

- 访问[客户体验解决方案页面](#)。
- 观看视频“[如何将海量数据转化为客户智能](#)” (How to Transform Oceans of Data into Customer Intelligence)。
- 阅读《[入门级客户数据策略](#) (Customer Data Strategies for Dummies) 指南》。



关于我们

Informatica (纽交所代码: INFA) 相信数据是业务转型的灵魂。因此,我们推出 Informatica Intelligent Data Management Cloud™, 助力您从简单的二进制信息转型成为运用信息创新的领军企业。该平台以人工智能为支撑,是唯一可管理任何类型/模式/复杂度数据以及任意位置工作负载的云平台。凭借准确无误的数据和切实可行的洞察,无论您是要推动下一代分析技术,提供完美的客户体验,还是实行数据治理和隐私管理,您都可一往无前,打开未来无限可能。



扫码关注官方微信公众号,
了解更多数据管理资讯

IN19-0123-4499

© 版权所有 Informatica LLC 2023。Informatica 和 Informatica 徽标均为 Informatica LLC 在全球多个国家/地区的商标或注册商标。如欲查看 Informatica 当前持有商标的列表,请访问 <https://www.informatica.com/trademarks.html>。其它公司和产品名称可能是其各自所有者的商号或商标。本文档中的信息如有更改,恕不另行通知,并且按“原样”提供,且不作任何明示或暗示的保证。

informatica.com.cn

中国客户支持热线: 400 810 0900

北京办事处

地址: 北京朝阳区建国门外大街乙 12 号
LG 双子座大厦西塔 EF 层 06 室
邮编: 100022
电话: 86-10-5675 2000
传真: 86-10-5675 2030

上海办事处

地址: 上海徐汇区虹桥路 3 号
港汇中心 2 座 41 楼 10 及 11 室
邮编: 200030
电话: 86-21-5456 3888

广州办事处

地址: 广州市天河区珠江西路 15 号
珠江城大厦 21 楼
邮编: 510623
电话: 86-20-2830 6860
传真: 86-20-2801 7222

informatica.com.cn

[linkedin.com/company/informatica](https://www.linkedin.com/company/informatica)

关注官方微信号搜索“Informatica 数据管理”

联系我们