# 10. Маркетинг

## 10.1 Коммерческий маркетинг

### 10.1.1 Маркетинговые рекомендации

Marketing recommendations involve using an individual’s interactions and purchasing behaviors to develop relevant, personalized online experiences and real-time product and offer recommendations across channels.

#### 10.1.1.1 Маркетинговые рекомендации (Emarsys)

Предоставить персонализированные рекомендации по каналам, которые приводят к доходам

Маркетинговые рекомендации включают в себя использование взаимодействия человека и покупки поведения для разработки соответствующих, персонализированных онлайн-опыта и продукта в реальном времени и предлагают рекомендации по каналам.

* Разработать контекстуальные, индивидуальные рекомендации, основанные на покупательском поведении, взаимодействии и прогнозном интеллекте.
* Оптимизируйте рекомендации по продукту и контенту для лучших предложений с помощью AI-управляемых, таких как визуальная сродство или прогнозы покупки.
* Персонализируйте цифровой опыт в режиме реального времени, чтобы увеличить преобразование перекрестных продаж и растущую продажу и средний размер заказа.

#### 10.1.1.2 Маркетинговые рекомендации (маркетинг CLD)

Увеличьте прибыль с помощью персонализации по маркетинговым рекомендациям в реальном времени по каналам

Маркетинговые рекомендации включают в себя использование взаимодействия человека и покупки поведения для разработки соответствующих, персонализированных онлайн-опыта и продукта в реальном времени и предлагают рекомендации по каналам.

* Разработать контекстуальные, индивидуальные маркетинговые рекомендации, основанные на покупательском поведении и взаимодействиях, а также прогнозирующие алгоритмы.
* Оптимизируйте маркетинговые рекомендации для лучших предложений с моделями самообучения.
* Персонализируйте онлайн-маркетинг в режиме реального времени, чтобы повысить конверсию перекрестных и дополнительных продаж и средний размер заказа.

#### 10.1.1.3 Маркетинговые рекомендации (Marketing OP)

Увеличьте прибыль с помощью персонализации по маркетинговым рекомендациям в реальном времени по каналам

Маркетинговые рекомендации включают в себя использование взаимодействия человека и покупки поведения для разработки соответствующих, персонализированных онлайн-опыта и продукта в реальном времени и предлагают рекомендации по каналам.

* Разработать контекстуальные, индивидуальные маркетинговые рекомендации, основанные на покупательском поведении и взаимодействиях, а также прогнозирующие алгоритмы.
* Оптимизируйте маркетинговые рекомендации для лучших предложений с моделями самообучения.
* Персонализируйте онлайн-маркетинг в режиме реального времени, чтобы повысить конверсию перекрестных и дополнительных продаж и средний размер заказа.

### 10.1.2 Ремаркетинг

Remarketing involves employing follow-up actions with abandoned shopping carts to improve lead-conversion rates and convince online shoppers to complete their purchases. ​

#### 10.1.2.1 Ремаркетинг (Emarsys)

Объедините данные сеанса в реальном времени с историческими данными CRM, чтобы персонализировать взаимодействие по каналам

Ремлкетинг включает в себя использование последующих действий с заброшенными корзинами для покупок для повышения ставок конверсии свинца и убедить покупателей в Интернете завершить свои покупки. & NBSP;

* Получите поведенческие данные в режиме реального времени для персонализации сообщений и автоматизации усилий по ретаргетированию по электронной почте, мобильной связи и цифровой рекламе для оптимизации корзин для покупок и поощрения отказов от пожелания и торговых точек до завершения своих покупок.
* Целевые клиенты с рекомендациями по продукту, специальными предложениями и персонализированным контентом на каналах, с которыми они, скорее всего, будут участвовать, чтобы увеличить коэффициент конверсии и доходы.

#### 10.1.2.2 Ремаркетинг (маркетинг CLD)

Анализ просмотра поведения и улучшение опыта клиентов с помощью расширенных возможностей ремаркетинга

Ремлкетинг включает в себя использование последующих действий с заброшенными корзинами для покупок для повышения ставок конверсии свинца и убедить покупателей в Интернете завершить свои покупки. & NBSP;

* Оцените и оцените поведение в Интернете в режиме реального времени и автоматизируйте усилия по возврату, чтобы персонализировать последующие наблюдения и убедить остановки торговых точек, чтобы закончить свою покупку.
* Используйте ведущие оценки, чтобы вызвать маркетинг и последующие действия для учетных записей (бизнес-бизнес) и потребителей (бизнес-потребитель).
* Улучшить коэффициент конверсии, немедленно предоставив соответствующие сообщения в данный момент.

#### 10.1.2.3 Ремаркетинг (маркетинг OP)

Анализ просмотра поведения и улучшение опыта клиентов с помощью расширенных возможностей ремаркетинга

Ремлкетинг включает в себя использование последующих действий с заброшенными корзинами для покупок для повышения ставок конверсии свинца и убедить покупателей в Интернете завершить свои покупки. & NBSP;

* Оценивайте и оценивайте поведение в Интернете в режиме реального времени, чтобы персонализировать сообщения и автоматизировать усилия по ретаргетингу, чтобы убедить тех, кто бросил корзину, завершить покупку.
* Используйте ведущие оценки, чтобы вызвать маркетинг и последующие действия для бизнес-клиентов.
* Улучшить коэффициент конверсии, немедленно предоставив соответствующие сообщения в данный момент.

## 10.2 Атрибуция клиента

### 10.2.1 Многоканальная атрибуция клиента

Multichannel customer attribution involves capturing data across channels and touchpoints to measure the customer journey – helping marketers react to opportunities and optimize marketing spend on the right channels and touchpoints. ​

#### 10.2.1.1 Многоканальная атрибуция клиентов (CUST. Атрибуция)

Оптимизируйте каждую точку маркетингового контакта, чтобы стимулировать более эффективные и соответствующие опыт клиентов

Многоканальная атрибуция клиентов включает в себя съемки данных по каналам и NBSP; и TouchPoints & NBSP; Tomeasure The Customer Training - & nbsp; помогает & nbsp; маркетологи реагировать на возможности и оптимизировать.

* Зарывайте и обогатите свои маркетинговые данные и данные клиентов по всем каналам в одном представлении.
* Улучшить представление о производительности каждой точки маркетинга с помощью данных, управляемого данными, измерения машинного обучения.
* Реакция скорости на возможности с непрерывным ежедневным измерением обучения и оптимизацией.

#### 10.2.1.2 Многоканальная атрибуция клиентов (Emarsys)

Оркестраровать межканальные кампании в масштабе и знать, как кампании влияют на рост и доход

Многоканальная атрибуция клиентов включает в себя съемки данных по каналам и NBSP; и TouchPoints & NBSP; Tomeasure The Customer Training - & nbsp; помогает & nbsp; маркетологи реагировать на возможности и оптимизировать.

* Зарывайте и обогатите свои маркетинговые и клиентские данные по всем каналам в унифицированный профиль.
* Улучшить представление о производительности каждого маркетингового взаимодействия с помощью данных, управляемых данными и аналитикой.
* Доступ к атрибуции доходов и знайте, как маркетинговая деятельность влияет на рост и доходы.

## 10.3 Управление данными клиента

### 10.3.1 Управление аудиторией и путешествиями

Audience and journey management involves leveraging customer profile and data insights to provide the right message at the right time to customers across the customer journey. It includes building and enhancing audiences, to manage campaigns and identify sales targets.

#### 10.3.1.1 Управление аудиторией и путешествиями (платформа Custdata)

Активировать данные клиентов в режиме реального времени для создания персонализированных взаимодействий

Управление аудиторией и путешествиями включает в себя использование профиля клиентов и данных данных для предоставления правильного сообщения в нужное время для клиентов по всему путешествию клиента.Он включает в себя создание и улучшение аудитории, для управления кампаниями и определения целей продаж.

* Создайте аудиторию по требованию на основе объединенного профиля клиента и собранных данных.
* Передайте правильное сообщение в нужное время для клиентов по любому каналу в масштабе, используя предварительные разъемы с поездками клиентов в реальном времени.
* При необходимости сделайте доступными данные об учетной записи, контактах и ​​домохозяйстве.
* Используйте аудиторию для создания аудитории по требованию, на основе унифицированного профиля клиента и собранных данных данных, и используйте их в управлении кампаниями и выявлением целей продаж.
* Постройте аудиторию один раз и запланируйте ее, чтобы запустить снова, когда данные о клиентах будут обогащены, а клиенты входят в новые сегменты.

### 10.3.2 Понимания данных и аналитика клиентов

Customer data insights and analytics involves analyzing customer behavior, demands, and needs to gain insights. It includes tracking customer activities and segmenting data to provide personalized experiences.

#### 10.3.2.1 Понимание данных и аналитика клиентов (платформа Custdata)

Мониторинг поведения клиентов в режиме реального времени, отслеживание ключевых действий клиентов и сегментирование данных клиентов для персонализированного омнинального опыта

Понимание данных и аналитика клиентов включает анализ поведения, требования и потребностей клиентов для получения понимания.Он включает в себя отслеживание деятельности клиентов и сегментирование данных для предоставления персонализированного опыта.

* Используйте отслеживание активности, искусственный интеллект и возможности машинного обучения для анализа поведения, требований и потребностей клиентов.
* Сегментируйте клиентов на учетные записи, контакты и домохозяйства, чтобы дать глубокую и значимую информацию о ваших клиентах, чтобы лучше взаимодействовать с ними по всему всему опыту.

### 10.3.3 Платформа данных клиента

Customer data platform involves unifying anonymous and known first-party, second-party, and third-party data, ensuring customer data privacy and governance, and leveraging real-time customer insights to deliver hyper-personalized experiences.

#### 10.3.3.1 Платформа данных клиентов (платформа Custdata)

Объедините все источники данных клиента, уважать конфиденциальность данных и активировать богатые знания в режиме реального времени для предоставления гипер-личностного опыта

Платформа данных о клиентах включает в себя объединение анонимных и известных первых, вторых и сторонних данных, обеспечение конфиденциальности и управления данными клиента, а также использование информации о клиентах в режиме реального времени для предоставления гипер-личностного опыта.

* Получите целостное представление о своем клиенте, объединив данные клиентов вокруг фундаментальной личности, подключив данные бэк-офиса во фронт-офис и обработая высокую дату клиента для использования в других приложениях.
* Обратите внимание на конфиденциальность данных и требования к управлению во всех брендах и регионах, объединяя данные идентификации и целеустремленности клиентов и организовав данные в системах взаимодействия на основе разрешений на конфиденциальность данных.
* Определите уникальные представления о профиле клиентов для маркетинговых и оперативных вариантов использования, позволяющих принимать решения в реальном времени и данные клиентов BUSH, основанные на целенаправленных системах взаимодействия в режиме реального времени.

### 10.3.4 Управление идентификацией клиентов для B2B

Customer identity management for B2B involves accelerating time to market through ​frictionless, personalized, self-service customer ​and partner onboarding to drive growth through ​trusted relationships​.​

#### 10.3.4.1 Управление идентификацией клиентов для B2B (CUST Ident)

Построить доверенные деловые отношения и стимулировать рост

Управление идентификацией клиентов для B2B включает в себя, чтобы ускорить время на рынке с помощью без трения, персонализированных, самообслуживания клиентов и партнеров, чтобы стимулировать рост через надежные отношения.

* Ускорить время на рынок через беспрепятственную, персонализированную, самообслуживание клиентов и партнера, чтобы стимулировать рост посредством надежных отношений.
* Упростить сквозное управление партнером и сократить свои сложности ИТ для увеличения дохода и снизить затраты во всех аспектах цепочки создания стоимости
* Защитите бизнес, надежно обмениваясь интеллектуальной собственностью и конфиденциальными данными с правильными пользователями партнеров в нужное время при решении развивающихся требований к конфиденциальности и соответствию для снижения безопасности, юридических и нормативных рисков.

### 10.3.5 Управление идентификацией клиентов для B2C

Customer identity management for B2C creates a frictionless experience across brands, channels and devices, with secure registration and social authentication  and securely identify online visitors from any touchpoint.

#### 10.3.5.1 Управление идентификацией клиентов для B2C (Custdata CLD)

Определить и привлекать клиентов по всем каналам и устройствам для улучшения опыта клиентов

Управление идентификацией клиентов для B2C создает опыт без трения между брендами, каналами и устройствами, с безопасной регистрацией и социальной аутентификацией & NBSP;и надежно идентифицировать посетителей онлайн с любой точки контакта.

* Создайте опыт работы без трения для брендов, каналов и устройств, с безопасными экранами регистрации и социальной аутентификации и текут настраиваемые для вашего конкретного бизнес -обоснования.
* Безопасно идентифицируйте посетителей онлайн из любой точки контакта, со стандартами федерации, единичной функциональностью в регистрации, а также на основе рисков, многофакторных и параметров аутентификации без паролей.
* Поглотить лайки и интересы клиентов, основанные на разрешениях, посредством прогрессивного профилирования

### 10.3.6 Управление профилем клиента

Customer profile management includes transforming customer identity, profile, and account status into a unified customer profile.

#### 10.3.6.1 Управление профилем клиента (CUSTDATA CLD)

Цифровой опыт работы с властью с первыми данными

Управление профилем клиента включает в себя преобразование идентификации, профиль и статус учетной записи в единый профиль клиента.

* Преобразовать личность клиента, профиль и статус учетной записи в унифицированный профиль клиента.
* Поделитесь данными из каждого профиля в любое приложение.
* Управлять и управлять профилем, статусом и данными согласия по всему предприятию для последовательного опыта клиентов.

#### 10.3.6.2 Управление профилями клиентов (платформа CustData)

Унифицируйте данные клиентов от фронтального до бэк-офиса, зарабатывая доверие клиентов за счет уважения конфиденциальности и цели предоставления их данных.

Управление профилем клиента включает в себя преобразование идентификации, профиль и статус учетной записи в единый профиль клиента.

* Создайте богатые профили клиентов для учетных записей, контактов и домохозяйств с расширенной моделью данных.
* Обеспечить качество данных и согласованность с возможностями проверки, нормализации и преобразования данных.
* Определите правила для удовлетворения потребностей вашего бизнеса для объединения и объединения данных на основе идентификаторов вашего бизнеса.
* Позвольте вашему DPO определить, какие данные клиента могут быть использованы и где на основе предоставленного согласия.

### 10.3.7 Предпочтение предприятия и управление согласия

Enterprise preference and consent management​ involves enabling customers to control their profile, preference and consent data with a self-service preference center.

#### 10.3.7.1 Предпочтение предприятия и управление согласия (Custdata CLD)

Позвольте клиентам контролировать свой профиль, предпочтение и данные согласия с помощью центра предпочтений самообслуживания.

Предпочтение предприятия и управление согласия включает в себя позволение клиентам контролировать их профиль, предпочтения и согласия с помощью центра предпочтений самообслуживания.

* Получите лояльных клиентов, позволяя им контролировать свой профиль, предпочтение и данные согласия.
* Увеличьте прозрачность клиентов и доверие с помощью центра предпочтений самообслуживания.
* Оставайтесь в соответствии с регулирующими органами и аудитом готовы с историей согласия.

## 10.4 Маркетинг на основе лидерства и на основе учетных записей

### 10.4.1 Взаимодействие с аккаунтом

Account engagement involves creating campaigns that sales teams can personalize for accounts and contacts using CRM data. It includes using reporting to measure program performance and impact on revenue and customer growth.

#### 10.4.1.1 Взаимодействие с учетом (Emarsys)

Ускорьте получение дохода за счет персонализированного взаимодействия с аккаунтом

Вовлечение учетной записи включает в себя создание кампаний, которые команды продаж могут персонализировать для учетных записей и контактов с использованием данных CRM.Он включает в себя использование отчетов для измерения эффективности программы и влияния на доход и рост клиентов.

* Создайте кампании, которые команды продаж могут автоматизировать и персонализировать для учетных записей и контактов, используя данные CRM.
* Используйте встроенные рабочие процессы для одобрения, чтобы поддерживать согласованность сообщения бренда, одновременно обеспечивая настройку продаж.
* Отслеживайте ответы с централизованной отчетностью для измерения эффективности программ и влияния на доход и рост клиентов.
* Сотрудничать с торговыми представителями в отношении участия и содержания кампании.

### 10.4.2 Основанный на счетах маркетинг

Account-Based Marketing (ABM) involves coordinating marketing and sales activities to drive business growth by identifying and engaging with a targeted set of accounts.

#### 10.4.2.1 Маркетинг на основе учетных записей (маркетинг CLD)

Поместите клиента в центр взаимодействия с маркетингом на основе учетных записей

Маркетинг на основе учетных записей (ABM) включает в себя координацию маркетинговых и продаж для стимулирования роста бизнеса путем выявления и взаимодействия с целевым набором счетов.

* Увеличьте продажи целевым клиентам, включая идентификацию аккаунтов, определение приоритетов, стратегию взаимодействия, исполнение и отслеживание эффективности.
* Определите и расставьте приоритеты целевых учетных записей с помощью обогащения данных.
* Понять лучшие учетные записи посредством намерения и отображения контактов с учетными записями.
* Персонализируйте взаимодействие с контактами и аккаунтами с помощью целевых кампаний.
* Оркестрезируйте по продажам и маркетингу, обеспечивая видимость маркетинговой деятельности.
* Измерить программы на основе учетных записей путем понимания вовлечения и оценки эффективности маркетинга на основе учетных записей по доходам и росту клиентов.

### 10.4.3 Управление ведущими маркетингом

Marketing lead management involves nurturing prospects using personalized content and offers, scoring their behaviors, transferring high-quality leads to sales for follow-up and conversion, and tracking lead performance.

#### 10.4.3.1 Управление ведущими маркетингом (маркетинг CLD)

Оптигировать процессы управления ведущими маркетингом и улучшение сотрудничества продаж и маркетинга

Управление ведущими по маркетингу включает в себя развитие потенциальных клиентов с использованием персонализированного контента и предложений, оценка их поведения, передача высококачественных лидеров на продажи для последующего наблюдения и конверсии, а также отслеживание производительности ведущих.

* Воспитывать контакты и генерировать высококачественные потенциальные клиенты с персонализированным маркетинговым контентом и предложениями.
* Увеличьте коэффициент конверсии и доход, используя машинное обучение для выявления потенциальных клиентов с высокой склонностью к конверсии.
* Захватить историю ведущего в центральном профиле и забить поведение в Интернете в режиме реального времени.
* Возможности захвата быстро, повышают эффективность продаж и отслеживают коэффициент конверсии за счет автоматического передачи потенциальных клиентов и создания мероприятий по производству продаж.
* Обеспечить согласование маркетинговых инициатив, разделяя календари по производству спроса и централизацию управления ведущими и воспитание

#### 10.4.3.2 Управление ведущими маркетингом (маркетинг OP)

Оптигировать процессы управления ведущими маркетингом и улучшение сотрудничества продаж и маркетинга

Управление ведущими по маркетингу включает в себя развитие потенциальных клиентов с использованием персонализированного контента и предложений, оценка их поведения, передача высококачественных лидеров на продажи для последующего наблюдения и конверсии, а также отслеживание производительности ведущих.

* Воспитывать контакты и генерировать высококачественные потенциальные клиенты с персонализированным маркетинговым контентом и предложениями.
* Захватывает историю ведущего в центральном профиле и забегайте поведение в Интернете в режиме реального времени.
* Автоматизируйте передачу свиндов и создание мероприятий по производству продаж для быстрого захвата возможностей, повышения эффективности продаж и отслеживания коэффициента конверсии.

## 10.5 Лояльность маркетинг

### 10.5.1 Управление лояльностью

Loyalty management involves attracting and retaining customers by rewarding them for their repeated spending and continuous brand advocacy.

#### 10.5.1.1 Управление лояльностью (CRM)

Отслеживать поведение клиентов и выявить ценных клиентов, чтобы предпринять шаги и сохранить их

Управление лояльностью предполагает привлечение и удержание клиентов путем вознаграждения их за повторяющиеся расходы и постоянную пропаганду бренда.

* Предложите соответствующие и персонализированные вознаграждения с помощью целевых программ лояльности.
* Стройте лояльность с помощью стимулов и вознаграждений, не снижая цены.
* Настройте свою программу лояльности, постоянно собирая информацию о поведении клиентов.

#### 10.5.1.2 Управление лояльностью (Emarsys)

Создание персонализированного перекрестного опыта клиентов, которые способствуют лояльности клиентов

Управление лояльностью предполагает привлечение и удержание клиентов путем вознаграждения их за повторяющиеся расходы и постоянную пропаганду бренда.

* Используйте ИИ и прогнозирующую интеллект для отслеживания клиентов на протяжении всего жизненного цикла клиента и повышения лояльности клиентов с помощью персонализированных предложений и рекомендаций по продукту.
* Превратите лояльных клиентов в адвокатов бренда, которые делятся опытом с контактами по каналам.
* Награда возвращающихся клиентов за покупки и лояльность и получить более глубокое понимание, которое обогащает каждый унифицированный профиль.
* Интегрируйте программы лояльности через каналы маркетинга и торговли, чтобы стимулировать долгосрочные отношения и развивать лояльных клиентов на всю жизнь.

#### 10.5.1.3 Управление лояльностью (лояльность CLD)

Создать программы лояльности в Omnichannel, которые обеспечивают контекстуальный и персонализированный опыт клиентов

Управление лояльностью предполагает привлечение и удержание клиентов путем вознаграждения их за повторяющиеся расходы и постоянную пропаганду бренда.

* Вознаграждение за возвращение клиента за покупки и лояльность, чтобы получить больше данных и понимания для создания более полных профилей клиентов.
* Превратите лояльных клиентов в адвокатов бренда, которые делятся опытом с контактами, используя облачные, ориентированные на адвокацию и мобильные программы.
* Интегрируйте программы лояльности с основными операциями по коммерции и маркетингу по каналам.

## 10.6 Маркетинговая аналитика

### 10.6.1 Понимание и управление эффективностью

Insights and performance management involves analyzing in-depth customer data to gain insights and identify opportunities, and tracking marketing activities and business goals to optimize marketing performance.

#### 10.6.1.1 Понимание и управление эффективностью (Emarsys)

Измерьте влияние на доход на маркетинговые кампании и используйте ИИ для оптимизации производительности на жизненном цикле клиента

Управление аналитикой и эффективностью включает в себя углубленный анализ данных о клиентах для получения ценной информации и выявления возможностей, а также отслеживание маркетинговой деятельности и бизнес-целей для оптимизации эффективности маркетинга.

* Измерить влияние всех маркетинговых кампаний и использовать идеи для оптимизации и максимизации вовлеченности.
* Получите информацию о аналитике жизненного цикла клиентов, которые работают над покупкой, продуктом, услугами, контактами и поведенческими данными, и используйте информацию для принятия решений и планирования стратегии.
* Используйте аналитику доходов, чтобы сообщить о том, как ваша маркетинговая деятельность способствует общему успеху вашего бизнеса.
* Используйте ИИ, чтобы предсказать поведение жизненного цикла сегмента по любым коммерческим и маркетинговым каналам и улучшить приобретение новых клиентов, повысить лояльную конверсию клиентов и стимулировать пожизненную ценность.

#### 10.6.1.2 Понимание и управление эффективностью (маркетинг CLD)

Оптимизировать маркетинг с помощью информации о клиентах в реальном времени и измерения производительности и управления

Управление аналитикой и эффективностью включает в себя углубленный анализ данных о клиентах для получения ценной информации и выявления возможностей, а также отслеживание маркетинговой деятельности и бизнес-целей для оптимизации эффективности маркетинга.

* Определите возможности и оптимизируйте эффективность маркетинга, полагаясь на подробные данные и анализ клиентов.
* Отслеживайте эффективность маркетинга и выравнивание с продажами легко с использованием предопределенных отчетов и мониторинга управления ведущими.
* Получить видимость в маркетинговой производительности и рентабельности инвестиций, используя отслеживание успеха кампании в реальном времени и исполнительную панель.
* Получите точный взгляд на маркетинговые финансовые показатели, бюджеты и расходы.
* Измеряйте эффективность кампании более эффективно с помощью в режиме реального времени, многоташного атрибуции онлайн-и автономных каналов.
* Поймите влияние дополнительного маркетинга с помощью многовариантного машинного обучения.​

#### 10.6.1.3 Понимание и управление эффективностью (маркетинг OP)

Оптимизировать маркетинг с помощью информации о клиентах в реальном времени и измерения производительности и управления

Управление аналитикой и эффективностью включает в себя углубленный анализ данных о клиентах для получения ценной информации и выявления возможностей, а также отслеживание маркетинговой деятельности и бизнес-целей для оптимизации эффективности маркетинга.

* Используйте подробные данные и анализ клиентов, чтобы определить возможности и оптимизировать эффективность маркетинга.
* Легко отслеживать эффективность маркетинга и выравнивание с продажами с использованием предварительно построенных отчетов и мониторинга управления ведущими.
* Получить прозрачность в маркетинге и рентабельность инвестиций, используя отслеживание успеха кампании в реальном времени и исполнительную панель.

#### 10.6.1.4 Управление эффективностью маркетинга (CRM)

Принимать лучшие, хорошо информированные решения с своевременным пониманием маркетинговых результатов

Управление аналитикой и эффективностью включает в себя углубленный анализ данных о клиентах для получения ценной информации и выявления возможностей, а также отслеживание маркетинговой деятельности и бизнес-целей для оптимизации эффективности маркетинга.

* Предоставьте своевременное понимание результатов эффективности кампании и маркетинга, используя передовую аналитику и предварительно построенные информационные панели и отчеты.
* Привести к доходам, предоставляя маркетологам возможность принимать уверенные решения.
* Продвигайте лучшие предложения для правильных клиентов, выявив изменяющиеся потребности клиентов.

### 10.6.2 Анализ настроений и интересов

Sentiment and interest analysis involves analyzing customer sentiment and social media signals to improve campaigns, increase brand loyalty, and better engage customers. ​

#### 10.6.2.1 Анализ настроений и процентов (маркетинг CLD)

Получить представление о настроениях клиентов и интересах для обеспечения персонализированного опыта

Анализ настроений и интересов включает в себя анализ настроений клиентов и сигналов социальных сетей для улучшения кампаний, повышения лояльности бренда и лучшего привлечения клиентов. & NBSP;

* Извлечение понимания из анализа настроений на основе структурированных и неструктурированных источников данных с использованием платформных возможностей, таких как обработка естественного языка
* Оценить настроение и аналитику социальных сетей для улучшения кампаний и лояльности бренда
* Привлечь клиентов в правильный контекст, понимая каждое путешествие, настроения, интерес и взаимодействие

#### 10.6.2.2 Анализ настроений и процентов (маркетинг OP)

Получить представление о настроениях клиентов и интересах для обеспечения персонализированного опыта

Анализ настроений и интересов включает в себя анализ настроений клиентов и сигналов социальных сетей для улучшения кампаний, повышения лояльности бренда и лучшего привлечения клиентов. & NBSP;

* Извлечение понимания из анализа настроений на основе структурированных и неструктурированных источников данных с использованием платформных возможностей, таких как обработка естественного языка
* Оценить настроение и аналитику социальных сетей для улучшения кампаний и лояльности бренда
* Привлечь клиентов в правильный контекст, понимая каждое путешествие, настроения, интерес и взаимодействие

## 10.7 Маркетинговое планирование и производительность

### 10.7.1 Цифровое управление активами

Digital asset management involves managing the entire content lifecycle – including the creative production, cataloguing, retrieval, and distribution across channels – for rich media and video in a centralized repository.

#### 10.7.1.1 Цифровое управление активами (OpenText CLD)

Повышение производительности, соблюдения и доходов с использованием процессов управления цифровыми активами

Управление цифровыми активами включает в себя управление всем жизненным циклом контента, включая творческое производство, каталогизацию, поиск и распространение по каналам, для мультимедийных материалов и видео в централизованном хранилище.

* Нажмите на центральный репозиторий для обработки метаданных, расширенного поиска, управления версиями и гибких рабочих процессов.
* Оптигировать отслеживание использования, объединив цифровые активы с маркетинговыми процессами.
* Улучшите процессы управления за счет сокращения дублирования и поддержки соответствия бренду, обязательств по правам активов и эффективного распределения утвержденных активов.

#### 10.7.1.2 Цифровое управление активами (OpenText OP)

Повышение производительности, соблюдения и доходов с использованием процессов управления цифровыми активами

Управление цифровыми активами включает в себя управление всем жизненным циклом контента, включая творческое производство, каталогизацию, поиск и распространение по каналам, для мультимедийных материалов и видео в централизованном хранилище.

* Нажмите на центральный репозиторий для обработки метаданных, расширенного поиска, управления версиями и гибких рабочих процессов.
* Оптигировать отслеживание использования, объединив цифровые активы с маркетинговыми процессами.
* Улучшите процессы управления за счет сокращения дублирования и поддержки соответствия бренду, обязательств по правам активов и эффективного распределения утвержденных активов.

### 10.7.2 Представление документа

Document presentment includes the design, deployment, and multichannel delivery of personalized documents and correspondence.

#### 10.7.2.1 Представление документа (OpenText S/4)

Превратить рутинные документы клиентов в мощные инструменты связи

Представление документа включает в себя проектирование, развертывание и многоканальную доставку персонализированных документов и переписки.

* Оптимизировать общение с автоматическим созданием и представлением кампаний, форм и счетов.
* Представьте целевую, последовательную информацию по каналам с интуитивно понятными инструментами и ускоряйте процессы, интегрируясь с программным обеспечением SAP.
* Повышение эффективности предложений путем внедрения соответствующих сообщений по перекрестной продаже и промежутке.

#### 10.7.2.2 Представление документа (OpenText)

Превратить рутинные документы клиентов в мощные инструменты связи

Представление документа включает в себя проектирование, развертывание и многоканальную доставку персонализированных документов и переписки.

* Оптимизировать общение с автоматическим созданием и представлением кампаний, форм и счетов.
* Представьте целевую, последовательную информацию по каналам с интуитивно понятными инструментами и ускоряйте процессы, интегрируясь с программным обеспечением SAP.
* Повышение эффективности предложений путем внедрения соответствующих сообщений по перекрестной продаже и промежутке.

### 10.7.3 Фонды развития рынка

Market development funds involves offering financial resources to channel partners to pay for funded marketing initiatives that can extend their reach to new markets.

#### 10.7.3.1 Фонды развития рынка (CRM)

Усилить усилия по кооперативному маркетингу для увеличения дохода, команды с партнерами и сократить расходы

Фонды по развитию рынка включают в себя предложение финансовых ресурсов для канала партнеров для оплаты финансируемых маркетинговых инициатив, которые могут распространить их на новые рынки.

* Сделайте маркетинговые фонды более доступными для партнеров канала, согласуясь, ориентируясь на фонды с бизнес-стратегиями владельцев бренда.
* Включить своевременные, соответствующие возмещения, позволив владельцам брендов проверять, утверждать и установить претензии партнеров против выделенных средств.
* Получите лучший контроль над маркетинговыми расходами с помощью бренда.

### 10.7.4 Маркетинговое сотрудничество

Marketing collaboration involves streamlining teamwork with stakeholders, including external vendors, by sharing information centrally and capturing discussions and decisions to improve productivity and efficiency.

#### 10.7.4.1 Маркетинговое сотрудничество

Сотрудничать с ключевыми заинтересованными сторонами, чтобы увеличить скорость на рынок и оптимизировать принятие решений

Маркетинговое сотрудничество включает в себя оптимизацию командной работы с заинтересованными сторонами, в том числе внешними поставщиками, путем обмена информацией в центре и захвата дискуссий и решений для повышения производительности и эффективности.

* Оптимизировать процессы, обмениваться лучшими практиками и сотрудничать, сокращая границы между отделениями и географическими регионами.
* Приведите лучшие результаты бизнеса, объединив людей, данные, процессы и контент для ускорения стратегии и решения проблем.
* Уменьшить дублирование и повысить производительность путем централизации дискуссий вокруг проектов.

### 10.7.5 Маркетинговое управление контентом

Marketing content management involves creating, managing, and providing personalized and targeted content across multi-campaigns and channels.

#### 10.7.5.1 Маркетинговое управление контентом (Emarsys)

Поймите, чего хочет и нуждается каждый клиент, а затем проведите персонализированные кампании по каналам

Маркетинговое управление контентом включает в себя создание, управление и предоставление персонализированного и целевого контента в разных кампаниях и каналах.

* Создайте контент, который будет вдохновлять и привлекать клиентов интуитивно понятными изображениями перетаскивания, блок-контентом и токенами персонализации.
* Создайте персонализированный контент один раз и примените его на каждом канале.
* Используйте шаблоны и блоки контента для интуитивного обновления и персонализации контента для различных брендов, регионов и стран в нескольких кампаниях за один клик.

### 10.7.6 Маркетинговое планирование и бюджетирование

Marketing planning and budgeting involves creating marketing plans and budgets collaboratively, aligning and managing marketing activities using a central calendar, and tracking spend in real time to improve decisions.

#### 10.7.6.1 Маркетинговое планирование и бюджетирование (маркетинг CLD)

Повысить гибкость и прозрачность с централизованным и в режиме реального времени на маркетинговый бюджет и потратить

Маркетинговое планирование и бюджетирование включают в себя создание маркетинговых планов и бюджетов совместно, согласовывало и управление маркетинговыми мероприятиями с использованием центрального календаря, а также отслеживание расходов в режиме реального времени для улучшения решений.

* Процессы планирования оптимизации и ускоряют циклы воспроизведения путем централизации создания маркетинговых планов и бюджетов и лучше сотрудничать по всей организации.
* Быстро принимайте стратегические решения, отслеживая расходы на маркетинг в режиме реального времени.
* Максимизируйте результаты, используя централизованный маркетинговый календарь для координации дополнительных маркетинговых мероприятий.
* Улучшение сотрудничества между маркетинговыми командами, расположенными в разных географиях, позволяя планировать бюджет, программы и кампанию в нескольких валютах.
* Убедитесь, что бюджеты эффективны и соответствуют бизнес -целям с помощью интегрированных функций управления расходами и финансов.

#### 10.7.6.2 Маркетинговое планирование и бюджетирование (маркетинг OP)

Повысить гибкость и прозрачность с централизованным и в режиме реального времени на маркетинговый бюджет и потратить

Маркетинговое планирование и бюджетирование включают в себя создание маркетинговых планов и бюджетов совместно, согласовывало и управление маркетинговыми мероприятиями с использованием центрального календаря, а также отслеживание расходов в режиме реального времени для улучшения решений.

* Центрально создавайте маркетинговые планы и бюджеты, а также лучше сотрудничайте по всей организации, чтобы оптимизировать процессы планирования и ускорить циклы воспроизведения.
* Отслеживание маркетинга тратит в режиме реального времени на быстрое принятие стратегических решений.
* Координируют маркетинговые мероприятия, которые дополняют друг друга и максимизируют результаты с централизованным маркетинговым календарем.

#### 10.7.6.3 Планирование и управление программами (CRM)

Включить маркетинговые мероприятия, управляемые результатами, за счет лучшего выравнивания и координации

Маркетинговое планирование и бюджетирование включают в себя создание маркетинговых планов и бюджетов совместно, согласовывало и управление маркетинговыми мероприятиями с использованием центрального календаря, а также отслеживание расходов в режиме реального времени для улучшения решений.

* Управление и оптимизацию маркетинговой деятельности - от планирования до координации и выполнения - использование надежных инструментов управления.
* Управлять бюджетами и отслеживать расходы с управлением фондами.
* Координируйте маркетинговую деятельность с централизованным маркетинговым календарем.

## 10.8 Профилирование аудитории в реальном времени

### 10.8.1 Маркетинговый профиль

Marketing profile involves capturing, merging, and enriching customer and prospect data across channels to create a centralized and contextual contact profile that is used to launch personalized engagements.

#### 10.8.1.1 Маркетинговый профиль (Emarsys)

Объедините исторические и реальные данные, чтобы создать целостное представление клиента и активировать персонализированный опыт

Маркетинговый профиль включает в себя сбор, объединение и обогащение данных о клиентах и ​​потенциальных клиентах по различным каналам для создания централизованного и контекстного профиля контактов, который используется для запуска персонализированных взаимодействий.

* Объедините источники данных по всему бизнесу и активируйте их по каждому каналу.
* Обогатите данные профиля с помощью ИИ, чтобы лучше понять, что любят вашим клиентам, какие каналы они предпочитают для взаимодействия с вами, и что они, вероятно, будут делать дальше.
* Анализируйте данные о контактах и ​​поведении, чтобы предоставлять персонализированные рекомендации своим клиентам по электронной почте, мобильному телефону и через Интернет.

#### 10.8.1.2 Маркетинговый профиль (маркетинг CLD)

Получить беспрецедентную информацию с централизованным, в режиме реального времени и контекстуального профиля

Маркетинговый профиль включает в себя сбор, объединение и обогащение данных о клиентах и ​​потенциальных клиентах по различным каналам для создания централизованного и контекстного профиля контактов, который используется для запуска персонализированных взаимодействий.

* Улучшить представление о настроениях клиентов, централизация сбора данных клиентов и потенциальных клиентов для отслеживания как неявного, так и явного поведения.
* Получите 360-градусный взгляд на ваших клиентов с профилями в реальном времени, которые отслеживают контекст, интересы и прогнозирующие оценки.
* Раскройте скрытые тенденции и точно определите лучшую маркетинговую аудиторию с помощью инструментов обнаружения, которые позволяют анализировать настроения и поведение клиентов.​
* Получите мнение о том, как в минутах интересов, настроений, мотивов и ожидаемого поведения клиентов.
* Мгновенно реагируйте с индивидуальными маркетинговыми и упреждающими возможностями, смешивая неявные и явные сигналы клиентов.

#### 10.8.1.3 Маркетинговый профиль (маркетинг OP)

Получить беспрецедентную информацию с централизованным, в режиме реального времени и контекстуального профиля

Маркетинговый профиль включает в себя сбор, объединение и обогащение данных о клиентах и ​​потенциальных клиентах по различным каналам для создания централизованного и контекстного профиля контактов, который используется для запуска персонализированных взаимодействий.

* Централизуйте сбор данных о клиентах и ​​потенциальных клиентах, чтобы отслеживать как скрытое, так и явное поведение.
* Получите 360-градусную точку зрения клиента с профилями в реальном времени, которые отслеживают контекст, интересы и прогнозирующие оценки.
* Проанализируйте настроения и поведение клиентов с помощью инструментов обнаружения, чтобы раскрыть скрытые тенденции и точно определить лучшую маркетинговую аудиторию.

### 10.8.2 Прогнозы в реальном времени и оценка

Real-time predictions and scoring involve capturing customer behaviors and using predictive algorithms to calculate various scores that can be used to create targeted segments and real-time, personalized recommendations. ​

#### 10.8.2.1 Прогнозы и оценки в реальном времени (маркетинг CLD)

Оптимизируйте качество обслуживания клиентов с помощью прогнозов и оценок в реальном времени на основе машинного обучения.

Прогнозы и оценка в реальном времени включают отслеживание поведения клиентов и использование алгоритмов прогнозирования для расчета различных оценок, которые можно использовать для создания целевых сегментов и персонализированных рекомендаций в реальном времени. ​

* Используйте маркетинговое и машинное обучение в реальном времени, чтобы создать целевую аудиторию, запустить персонализированные рекомендации по разным каналам, & nbsp; и выявить клиентов с высокой склонностью к покупке или высокой вероятностью оттока.
* Создать и управлять прогнозирующими моделями, используя данные и взаимодействия с клиентами.​
* Определите правильный подход к оценке прогнозирования и лучшую модель для ваших маркетинговых процессов.
* Получите понимание поведения клиентов быстрее, создавая пользовательские оценки и расчеты баллов на лету.
* Повышение точности прогнозирования, основывая показатели прогнозирования на понимании как структурированных, так и из неструктурированных данных в режиме реального времени.

#### 10.8.2.2 Прогнозы в реальном времени и оценка (маркетинг OP)

Оптимизировать опыт клиентов с предсказаниями в реальном времени и оценке

Прогнозы и оценка в реальном времени включают отслеживание поведения клиентов и использование алгоритмов прогнозирования для расчета различных оценок, которые можно использовать для создания целевых сегментов и персонализированных рекомендаций в реальном времени. ​

* Используйте маркетинг в реальном времени и прогнозирующую оценку, чтобы создать целевую аудиторию или запустить персонализированные рекомендации и инициативы по всем каналам.
* Управлять прогнозирующими моделями интеллекта клиентов и запустите расчеты оценки на лету.
* Определите правильный подход к оценке прогнозирования и лучшую модель для маркетинговых процессов.

## 10.9 Сегменты, кампании и путешествия

### 10.9.1 Аудитория таргетинг и сегментация

Audience targeting and segmentation involves dividing people into homogeneous subgroups based upon defined criteria such as product usage, demographics, psychographics, purchase behaviors, and campaign response.

#### 10.9.1.1 Аудитория таргетинга и сегментации (Emarsys)

Создавайте сегменты на основе данных и знайте, на какие контакты следует ориентироваться, чтобы обеспечить максимальный рост доходов.

Аудитория и сегментация включает в себя разделение людей на однородные подгруппы на основе определенных критериев, таких как использование продукта, демография, психография, поведение покупки и реакция кампании.

* Сегментируйте контакты на основе того, как они взаимодействуют через Интернет, мобильные устройства и электронную почту, или на основе таких свойств, как интересы, местоположение и демографические данные.
* Создавайте динамические сегменты на стадии жизненного цикла, такие как новички, активные клиенты, дефицит клиентов и неактивные клиенты.
* Используйте AI-построенные сегменты, которые предсказывают поведение клиентов и нацелены на клиентов с помощью кампаний, которые способствуют лояльности и пожизненной стоимости клиентов.

#### 10.9.1.2 Аудитория и сегментация (маркетинг CLD)

Найдите лучшую аудиторию для вашего маркетингового сообщения с расширенным таргетингом и сегментацией

Аудитория и сегментация включает в себя разделение людей на однородные подгруппы на основе определенных критериев, таких как использование продукта, демография, психография, поведение покупки и реакция кампании.

* Откройте для себя скрытые тенденции и быстро идентифицируйте микрозузыки с помощью инструментов визуализации и оценки в реальном времени и прогнозного моделирования.
* Постройте сложные сегментационные деревья быстро, используя интерфейс водопада с богатым набором инструментов для таргетинга.
* Улучшить рентабельность инвестиций в маркетинг, определяя точные целевые группы, которые максимизируют частоту реагирования и конверсии, одновременно снижая затраты.

#### 10.9.1.3 Аудитория таргетинга и сегментации (маркетинг OP)

Найдите лучшую аудиторию для вашего маркетингового сообщения с расширенным таргетингом и сегментацией

Аудитория и сегментация включает в себя разделение людей на однородные подгруппы на основе определенных критериев, таких как использование продукта, демография, психография, поведение покупки и реакция кампании.

* Откройте для себя скрытые тенденции и быстро идентифицируйте микрозузыки с помощью инструментов визуализации и оценки в реальном времени и прогнозного моделирования.
* Постройте сложные сегментационные деревья быстро, используя интерфейс водопада с богатым набором инструментов для таргетинга.
* Улучшить рентабельность инвестиций в маркетинг, определяя точные целевые группы, которые максимизируют частоту реагирования и конверсии, одновременно снижая затраты.

#### 10.9.1.4 Сегментация клиента (CRM)

Включить селективный маркетинг путем классификации перспектив в различную целевую группу на основе атрибутов

Аудитория и сегментация включает в себя разделение людей на однородные подгруппы на основе определенных критериев, таких как использование продукта, демография, психография, поведение покупки и реакция кампании.

* Сегмент и точно ориентирован на вашу аудиторию, нажав на соответствующую информацию о клиентах.
* Выполните сегментацию клиентов без технической поддержки, используя удобный пользовательский интерфейс.
* Ускорить запуск вашей кампании с помощью персонализированных, соответствующих сообщений, достигающих правильной целевой аудитории.

### 10.9.2 Управление и оптимизация кампании

Campaign management and optimization involves planning and executing targeted multi-wave campaigns across various channels, reacting to customers and prospects’ behavior in real-time, and measuring campaign performance.

#### 10.9.2.1 Управление кампаниями (CRM)

Анализировать, планировать, выполнять, измерять маркетинговую деятельность на всех каналах для создания и поддержания прибыльных отношений

Управление и оптимизация кампаний включает в себя планирование и выполнение целевых многоволновых кампаний по различным каналам, реагирование на поведение клиентов и потенциальных клиентов в режиме реального времени и измерение эффективности кампании.

* Оркестр последовательного опыта клиентов по нескольким точкам сенсорной точек.
* Достигнуть большую эффективность за счет автоматических многоволновых кампаний по каналам.
* Точная оценка, планировать и измерить маркетинговую деятельность с использованием маркетинговой аналитики

#### 10.9.2.2 Управление и оптимизация кампании (Emarsys)

Создавать, запустить и оптимизировать персонализированные перекрестные кампании с скоростью и ловкостью

Управление и оптимизация кампаний включает в себя планирование и выполнение целевых многоволновых кампаний по различным каналам, реагирование на поведение клиентов и потенциальных клиентов в режиме реального времени и измерение эффективности кампании.

* Выполните простые одноканальные кампании или создайте сложные, межканальные поездки в масштабе.
* Охватите клиентов в моменты, которые имеют значение с автоматическими триггерами в реальном времени.
* Ускорить время, чтобы оценить с помощью быстрого развертывания, адаптируемых, полностью настраиваемых путешествий.
* Эффективно измерить и улучшать воздействие доходов с использованием встроенной аналитики каналов и отчетности.

#### 10.9.2.3 Управление и оптимизация кампании (маркетинг CLD)

Привлечь клиентов с индивидуальным опытом в моментах, оптимизируя управление кампаниями

Управление и оптимизация кампаний включает в себя планирование и выполнение целевых многоволновых кампаний по различным каналам, реагирование на поведение клиентов и потенциальных клиентов в режиме реального времени и измерение эффективности кампании.

* Планируйте и выполните целевые многоканальные многоволновые кампании с персонализированным динамическим контентом и реагируют в режиме реального времени на поведение клиентов с помощью маркетинга на основе триггеров.
* Улучшить выравнивание кампании с централизованным маркетинговым календарем.
* Оптимизировать маркетинговые показатели с углубленной интеллектом клиентов и аналитикой кампании в реальном времени.
* Настраивайте, организуйте и быстро распределяйте готовый и маркетинговый контент как в онлайн, так и в автономные каналы, позволяя маркетологам хранить свой контент в центральном репозитории при его проектировании.

#### 10.9.2.4 Управление и оптимизация кампании (маркетинг OP)

Привлечь клиентов с индивидуальным опытом в моментах, оптимизируя управление кампаниями

Управление и оптимизация кампаний включает в себя планирование и выполнение целевых многоволновых кампаний по различным каналам, реагирование на поведение клиентов и потенциальных клиентов в режиме реального времени и измерение эффективности кампании.

* Планируйте и выполните целевые многоканальные многоволновые кампании с персонализированным динамическим контентом и реагируют в режиме реального времени на поведение клиентов с помощью маркетинга на основе триггеров.
* Улучшить выравнивание кампании с централизованным маркетинговым календарем.
* Оптимизировать маркетинговые показатели с углубленной интеллектом клиентов и аналитикой кампании в реальном времени.

### 10.9.3 Канал маркетинг

Channel marketing involves driving product demand through collaboration with channel partners by providing campaign management tools and aligning marketing efforts to maximize the partners’ market reach and revenues.

#### 10.9.3.1 Канал маркетинг (CRM)

Побудить спрос на продукты благодаря сотрудничеству с партнерами по каналам

Канал маркетинг включает в себя повышение спроса на продукты благодаря сотрудничеству с партнерами по каналам путем предоставления инструментов управления кампаниями и согласования маркетинговых усилий, чтобы максимизировать охват и доходы партнеров.

* Обеспечить сотрудничество между владельцами брендов и партнерами по маркетингу канала с инструментами продвижения бренда, генерации спроса и управления кампаниями.
* Улучшить отношения между партнерами и имингами с межканальными процессами управления кампаниями и собственными маркетинговыми ресурсами.
* Расширить рыночный охват и прибыль для партнеров с координированными маркетинговыми усилиями.

### 10.9.4 Межканальное взаимодействие

Cross-channel engagement involves personalizing and coordinating the interactions with customers and prospects across multiple marketing channels.

#### 10.9.4.1 Межканальное взаимодействие (Emarsys)

Привлечь клиентов, где бы они ни находились, и предоставить последовательные, соответствующие сообщения по каналам

Межканальное участие включает в себя персонализацию и координацию взаимодействия с клиентами и перспективами по нескольким маркетинговым каналам.

* Отправляйте транзакционные электронные письма, которые сочетаются с внешним видом вашего бренда или организуют стратегические многоканальные кампании с одной платформой.
* Испытайте настройку подключения и игры, которая соединяется с вашими маркетинговыми каналами за считанные минуты.
* Используйте данные контакта и поведения для персонализации контента по каналам, таким как электронная почта, мобильная, цифровая реклама, SMS, в магазине и контакт-центр.

#### 10.9.4.2 Межканальное взаимодействие (маркетинг CLD)

Привлечь клиентов в данный момент с контекстуально релевантным опытом в путешествии клиента

Межканальное участие включает в себя персонализацию и координацию взаимодействия с клиентами и перспективами по нескольким маркетинговым каналам.

* Доставить контекстные релевантные занятия на основе событий в реальном времени, захваченных в центральном, постоянно обогащенном профиле клиента.
* Запустите многоволновые кампании, которые инициируются или автоматизируют релевантный, всеканальный маркетинговый контент, обмен сообщениями и предложениями.
* Персонализируйте онлайн -опыт, чтобы преобразовать покупательское поведение и интересы в продажи.

#### 10.9.4.3 Межканальное взаимодействие (маркетинг OP)

Привлечь клиентов в данный момент с контекстуально релевантным опытом в путешествии клиента

Межканальное участие включает в себя персонализацию и координацию взаимодействия с клиентами и перспективами по нескольким маркетинговым каналам.

* Доставить контекстные релевантные занятия на основе событий в реальном времени, захваченных в центральном, постоянно обогащенном профиле клиента.
* Запустите многоволновые кампании, которые инициируются или автоматизируют релевантный, всеканальный маркетинговый контент, обмен сообщениями и предложениями.
* Персонализируйте онлайн -опыт, чтобы преобразовать покупательское поведение и интересы в продажи.

### 10.9.5 Социальные кампании и вовлечение

Social campaigns and engagement involve driving sales by reaching and engaging prospects with targeted social campaigns and personalized experiences to quickly answer customer inquiries, issues, or comments. ​

#### 10.9.5.1 Социальные кампании и вовлечение (Emarsys)

Персонализировать рекламу на дисплеях, поисках и социальных сетях для обеспечения межканального дохода

Социальные кампании и участие связаны с продвижением продаж путем достижения и вовлечения потенциальных клиентов с целевыми социальными кампаниями и персонализированным опытом и NBSP; для быстрого ответа на запросы, вопросы или комментарии клиентов. & NBSP;

* Используйте данные CRM, чтобы взаимодействовать с контактами в режиме реального времени, используя автоматизированные данные цифровой рекламы, управляемые данными.
* Увеличьте конверсии с высоко персонализированной рекламой, адаптированными к стадии жизненного цикла клиентов, ответами по электронной почте, а также в истории покупки и просмотра.
* Оптимизируйте расходы на медиа, убедившись, что правильная реклама достигает правильной аудитории в нужное время.

#### 10.9.5.2 Социальные кампании и вовлечение (маркетинг CLD)

Предоставить эффективные социальные кампании и взаимодействия, которые стимулируют продажи и увеличивают защиту брендов

Социальные кампании и участие связаны с продвижением продаж путем достижения и вовлечения потенциальных клиентов с целевыми социальными кампаниями и персонализированным опытом и NBSP; для быстрого ответа на запросы, вопросы или комментарии клиентов. & NBSP;

* Привлечь свою аудиторию к целевым социальным кампаниям, чтобы достичь известных и неизвестных перспектив с аналогичным поведением в покупке и интересах
* Создайте новую кампанию Facebook или отслеживайте существующие как часть общего маркетингового плана Omnichannel.
* Отслеживайте запланированные потраченные и фактические и измеряйте успех кампании в режиме реального времени.

#### 10.9.5.3 Социальные кампании и вовлечение (маркетинг OP)

Предоставить эффективные социальные кампании и взаимодействия, которые стимулируют продажи и увеличивают защиту брендов

Социальные кампании и участие связаны с продвижением продаж путем достижения и вовлечения потенциальных клиентов с целевыми социальными кампаниями и персонализированным опытом и NBSP; для быстрого ответа на запросы, вопросы или комментарии клиентов. & NBSP;

* Привлечь свою аудиторию к целевым социальным кампаниям, чтобы достичь известных и неизвестных перспектив с аналогичным поведением в покупке и интересах
* Создайте новые кампании Facebook или отслеживайте существующие как часть общего маркетингового плана Omnichannel.
* Отслеживайте запланированные потраченные и фактические и измеряйте успех кампании в режиме реального времени.