

Marketing Success starts with U™

Turn your web data
into business success



Interactive Marketing, Campaign Management, Web Analytics

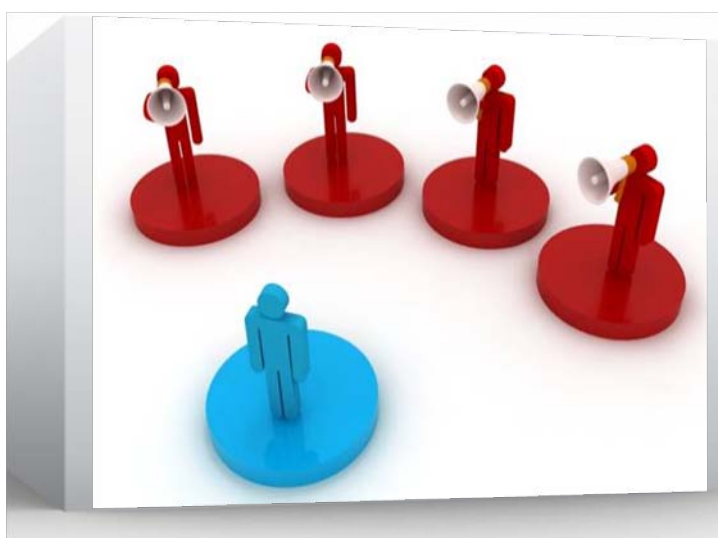
Σήμερα, πάνω από **1.500 οργανισμοί παγκόσμια**, στηρίζονται στην καινοτόμα πλατφόρμα marketing της **UNICA**, για να αυξήσουν τα έσοδά τους μέσω cross sell ή και up sell, να βελτιώσουν την αποτελεσματικότητα αλλά και για να κάνουν πιο μετρήσιμες τις λειτουργίες του Marketing.



Για τα **inbound** κανάλια, δίνεται η δυνατότητα για **real time recommendations** οι οποίες προέρχονται από τη χρήση εργαλείων **Customer Analytics** με τη δυνατότητα επέκτασης και μάθησης τη στιγμή του **interaction**.

Μέσω δε των **Web Analytics**, οι χρήστες μπορούν με απλό τρόπο να συλλέξουν δεδομένα και να κατανοήσουν τη συμπεριφορά των online επισκεπτών.

Επίσης μέσω μηχανισμών **event based marketing** οι χρήστες ειδοποιούνται για το πότε είναι πιο πιθανό ένας πελάτης να δεχτεί μια προσφορά, αυξάνοντας έτσι τα **response rates** και τελικά δίνοντας ώθηση στις καμπάνιες για **cross sell**.



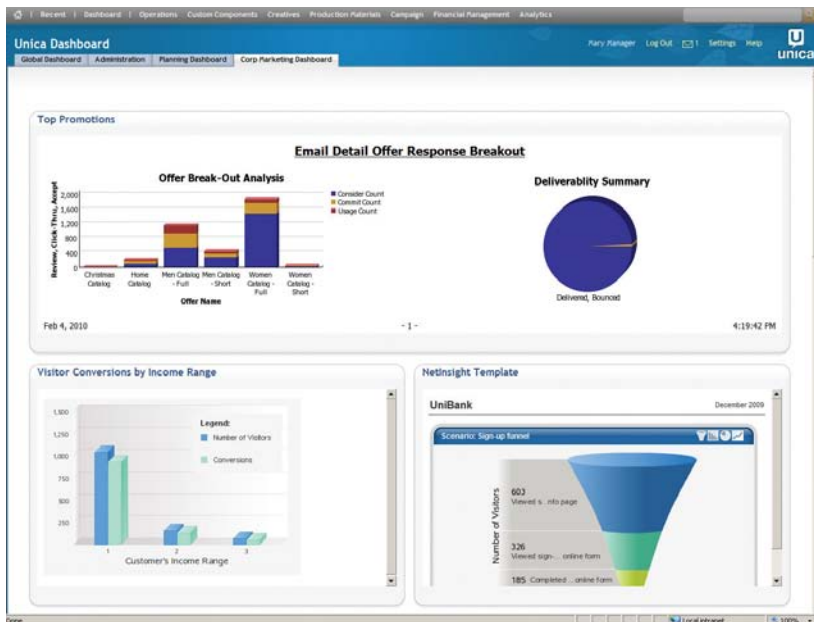
Η διαχείριση των εργασιών του **Marketing** ξεκινά από την αρχή, από τη στιγμή δηλαδή που μια ομάδα ανθρώπων θα χαρακτηριστεί ως prospects. Τα **leads** μπορούν με δομημένο τρόπο να περαστούν στις αρμόδιες ομάδες, και ανά πάσα στιγμή να μετρηθεί η αποδοτικότητα τόσο των ατόμων όσο και των διαδικασιών.

Με το UNICA, οι Marketers μπορούν να σχεδιάσουν, να εκτελέσουν αλλά και τελικά να αξιολογήσουν **καμπάνιες** οι οποίες μπορούν να τρέχουν σε **διάφορα κανάλια**, με διάφορα μέσα, και τελικά αυτές να **προσωποποιημένες**.

<http://www.scicom.gr>

Τηλ. : 210 28 43 000

<http://www.unica.com>



Βασική προϋπόθεση είναι να μπορεί ο τελικός χρήστης να **επεξεργαστεί** δεδομένα τα οποία είναι στη διάθεση του οργανισμού και αφορούν τον **πελάτη**. Η πλατφόρμα της **UNICA** δίνει στους χρήστες τη δυνατότητα να διερευνούν αυτά τα δεδομένα χωρίς τη βοήθεια ειδικού. Το γεγονός ότι μέσω της UNICA μπορούν να αποτυπωθούν διαδικασίες πολλών καναλιών οδηγεί στη δημιουργία ενιαίας εικόνας του πελάτη και άρα **σωστότερης προσέγγισης** του.

Εκτός από το **παρόν** ωστόσο, οι **Marketers** συχνά καλούνται να αντιμετωπίσουν θέματα ή δυσκολίες τα οποία είναι πιθανό να εμφανιστούν στο **μέλλον**. Ερωτήσεις όπως «*ποιος πελάτης είναι πιθανότερο να φύγει από την εταιρεία*» ή «*ποια prospects είναι πιο πιθανό να απαντήσουν σε μια καμπάνια marketing*», πλέον απαντώνται με μεγαλύτερη βεβαιότητα. Η χρήση των αντίστοιχων τεχνικών οδηγεί στο καλύτερο **segmentation** και στην πρόβλεψη μέχρι ενός σημείου της συμπεριφοράς ενός ατόμου.

Για όλα τα παραπάνω, είναι πολύ σημαντικό να υπάρχει ένα **σημείο συγκέντρωσης**: ένα σημείο όπου το κάθε στέλεχος θα μπορεί να αξιολογήσει τις ενέργειές του ή της ομάδας του στο σύνολο, πάντα σε όρους **Actual Vs Budget** ανά πάσα στιγμή. Επιπρόσθετα, εκτός από όρους κόστους / κέρδους, υπάρχει περίπτωση να πρέπει να πληρούνται και ποιοτικά κριτήρια.



Η πλατφόρμα της **UNICA** είναι σε θέση να καλύψει το σύνολο των λειτουργιών του Marketing, προτείνοντας την ένταξη των διαδικασιών σε ένα δομημένο περιβάλλον, αφήνοντας όμως πάντα τη δυνατότητα στα στελέχη να μετατρέψουν το **πάθος** τους για το Marketing σε **επιτυχία**.