

WHITE PAPER

Por que a experiência do cliente é a nova vantagem competitiva?

E como o gerenciamento de dados mestres do cliente pode ajudar

StiboSystems
MASTER DATA MANAGEMENT

Introduction

A próxima era na economia digital - que a Forrester e outros se referem como a **“Era dos Clientes”** — envolverá uma mentalidade voltada para a tecnologia capaz de colocar seu negócio em primeiro lugar, com os sistemas e aplicativos de TI pensados para alcançar as reais expectativas dos consumidores. Um relatório recente afirma que a experiência dos clientes ultrapassará quesitos como preço e produto sendo o diferencial mais importante para as marcas, até 2020. Além disso, o Salesforce.com revelou que 76% dos clientes pesquisados avaliam que, hoje em dia, está mais fácil do que nunca mudar suas decisões de compra e escolher outros produtos e serviços que ofereçam uma experiência que corresponda às suas expectativas.

Em outras palavras, as empresas que desejam ter sucesso no cenário moderno precisarão fazer mais do que construir, comercializar e vender ótimos produtos. Elas precisarão fornecer experiências excepcionais, de um para um, que falem diretamente e de maneira significativa com as pessoas, usando dados precisos, detalhados e dinâmicos sobre os clientes.

Atualmente, para isso, as marcas já podem aproveitar uma solução única, o gerenciamento de dados mestres de clientes (CMDM), para impulsionar iniciativas estratégicas, incluindo ótimas experiências aos clientes, com marketing orientado por dados para ações de comércio eletrônico e para melhorar a fidelidade do cliente.

Por que o CMDM? Esse é o método mais eficaz para gerar um perfil de cliente unificado para as ações de marketing, vendas e atendimento ao cliente, e é um componente essencial para alcançar uma estratégia de dados com visão em 360°. Com ele, você obtém um entendimento preciso das pessoas e de organizações, incluindo dados correlacionados, que fornecem uma base para segmentar, personalizar e envolver os clientes. Você também melhora as oportunidades de vendas cruzadas e de vendas adicionais, conectando-se com seus públicos-alvo em um nível individual e melhorando o valor da vida útil de suas ofertas para o cliente - aumentando o ROI para sua organização.

Dificuldades na era digital

Enquanto as organizações desejam maior compreensão do cliente, existem muitas barreiras para se alcançar este resultado. Os sistemas isolados resultam em má-qualidade das informações, e, além disso, a evolução dos regulamentos de conformidade dificulta a governança de dados - o que complica o planejamento estratégico. Além disso, as forças de mercado que impactam a era digital incluem:

Crescente expectativa dos clientes

Hoje em dia, as pessoas querem uma interação personalizada com as marcas, em ações que funcionem em seus telefones, tablets, laptops e outros dispositivos com acesso à Internet. A questão é que as companhias ainda parecem não estar atendendo aos desejos dos clientes. Por exemplo, a Harvard Business Review informou que apenas 23% dos consumidores se relacionam diretamente com as marcas, citando que a oferta de suporte insatisfatório e a falta de interações e respostas, como o principal motivo para não investirem em relações mais efetivas com as organizações.

Dados crescentes

De acordo com a IBM, todos os dias, são criados **2,5 quintilhões de bytes** em dados. Essa enorme quantidade de informações - geradas por inúmeras fontes, de cookies às redes sociais - adiciona custo e complexidade ao gerenciamento de dados. O que queremos dizer? A IBM estimou que o prejuízo provocado pelos dados de baixa qualidade para as empresas dos Estados Unidos foi de **US\$ 3,1 trilhões em 2016**.

Crescente fragmentação

Todo esse maior volume e diversidade dos dados é geralmente mantido em sistemas isolados e em formatos inutilizáveis, sem qualquer organização. A Forbes, por exemplo, recentemente divulgou um estudo que destacou que aproximadamente **80% das informações** hoje não estão estruturadas. Com a criação explosiva de dados, combinada com a fragmentação dessas informações, nunca foi tão desafiador criar um negócio centrado no cliente.

Essas forças de mercado impactaram os negócios B2B e B2C de duas maneiras. Primeiro, as empresas precisam ter uma visão clara do cliente para atender às expectativas dos consumidores, conectando-se a eles nos canais de comunicação mais adequados. Ao mesmo tempo, a maior criação e fragmentação de dados dificultou a criação de um registro preciso e confiável do perfil desse cliente. De fato, a pesquisa da Experian afirma que 92% das empresas não têm uma visão única de sua base de clientes.



A visão de 360°, alimentada por dados de clientes, pode aumentar a satisfação do comprador em 20%.

Aplicativos como CRM, ERP e similares não são projetados para criar dados completos sobre estes consumidores, pois são aplicações de uso específico (marketing, vendas, operações). As empresas precisam de um repositório central, persistente e compartilhado, que seja governado em conjunto e opere com todos que contribuem e usam os dados compartilhados.

Qual é a diferença de dados do cliente?

Hoje, as empresas buscam a excelência operacional e melhores resultados de negócios, mas ambos objetivos exigem dados completos sobre os clientes. Os dados da base de consumidores são muitas vezes mantidos em silos isolados e inconsistentes, dificultando a compreensão de quem é o cliente e como entregar experiências centradas nesse comprador.

A criação de dados atualizados, precisos, completos e confiáveis permite o desenvolvimento de iniciativas de dados em 360°, que envolvem a conexão de centenas de dados transacionais, comportamentais e sociais. A visão de 360°, alimentada por dados mestres de clientes, é usada para gerar resultados comerciais positivos, como uma experiência consistente e surpreendente para o shopper. Segundo relatórios da McKinsey and Company, o gerenciamento preciso dessas informações pode aumentar a satisfação do comprador em até 20%.

Ao estabelecer uma visão de dados completa, você reconhece os clientes conforme eles se movem pela jornada digital. Além disso, sua empresa elimina o registro de informações duplicadas e fornece interações contínuas e precisas no decorrer dos processos de atendimento. É por isso que a CMSWire.com descobriu que empresas com envolvimento omnichannel de sucesso retiveram uma média de 89% de seus clientes.

- **Maior receita:** melhore as vendas, reduza os retornos e otimize as experiências multicanais
- **Maior eficiência:** elimine dados duplicados e remova processos propensos a erros
- **Mais rapidez na obtenção de valor:** produtos novos integrados e agilizar o ciclo de vida do produto
- **Colaboração aprimorada:** remova barreiras departamentais e conecte-se facilmente com parceiros
- **Risco reduzido:** garantir conformidade com leis, regulamentos e padrões do setor

Como construir melhores dados de clientes

A chave para criar melhores dados mestres de clientes envolve adotar uma abordagem corporativa estratégica usando uma solução de gerenciamento de dados mestres do cliente (CMDM) que forneça um hub central para consolidar, limpar, aprimorar e controlar dados críticos. Você ganha um único ponto de verdade para informações críticas para os negócios.

O CMDM é usado para organizar, sincronizar, enriquecer e compartilhar dados de acordo com as regras de negócios das estratégias de vendas, marketing e operacionais. O resultado é uma base de dados aprimorada e mais confiável.

O que você pode fazer:

- Eliminar silos e consolide dados
- Melhorar a qualidade, consistência e confiabilidade das informações
- Descobrir, criar e gerenciar as ações de relacionamento com os compradores
- Melhorar a governança de dados e a administração da base de informações
- Otimizar processos de TI e entrega de dados
- Melhorar a visibilidade, a análise e a percepção de valor aos registros digitais

Dominar os dados de seus clientes envolve a criação do chamado “registro de ouro dos clientes”, que é construído a partir de uma combinação de algoritmos que garantem a correspondência e a vinculação automática dos dados. Registros distintos são vinculados e resolvidos de informações duplicadas para formar dados de clientes altamente confiáveis. Esses perfis de dados podem ser compartilhados em tempo real.

Sua organização pode criar automaticamente registros de clientes usando funcionalidades sofisticadas que executam uma revisão orientada por fluxo de trabalho, dependendo de variáveis predefinidas. Ele também pode aproveitar as regras de sobrevivência, que aplicam um

conjunto de critérios que determinam quais dados de origem compõem o registro em um nível de atributo. Isso permite que as empresas estabeleçam políticas de controle de dados em toda a organização. Além disso, os fluxos de trabalho de gerenciamento de dados fornecem uma análise administrativa dos dados que examina possíveis correspondências para determinar a autenticidade - particularmente importante para a regulamentação e a conformidade.

Para departamentos de marketing e líderes de negócios, as qualidades técnicas essenciais a serem lembradas são simples: a solução CMDM certa pode ser facilmente integrada à sua lista de tecnologia para marketing existente e é construída com tecnologia de ponta que oferece qualidade excepcional.

Como o gerenciamento de dados mestre do cliente ajuda você

O controle dos dados do cliente permite que você integre e compartilhe dados mestres do cliente para ter uma visão aprofundada das preferências e comportamentos do cliente. Atuando como um facilitador para o cliente 360°, ele ajuda as organizações a entregar suas iniciativas estratégicas (vendas, marketing, ações de Customer Success) e aprimorar sistemas operacionais (CRM, ERP, comércio eletrônico) e processos críticos de negócios (campanhas de incentivo, upsell e cross-sell). iniciativas, programas de fidelização de clientes).

Os vários sistemas e aplicativos corporativos melhorados - e os benefícios alcançados - causam um impacto significativo na entrega de valor à organização. Eles incluem o seguinte:

Experiências excepcionais

Você pode oferecer à pessoa certa o produto certo, serviço, desconto ou garantia no momento certo e no canal certo. Você pode transformar o tráfego anônimo da web em informações organizadas, costurando os detalhes do perfil junto com as informações da conta. Você também evita tratar clientes fiéis, como clientes em potencial pela primeira vez, ou solicitar que os visitantes da web preencham um formulário on-line quando já tiverem fornecido suas informações. Os profissionais de marketing podem visualizar o comportamento e o sentimento do cliente para fornecer campanhas multicanais segmentadas.

Engajamento superior

Você pode melhorar as taxas de resposta e a receita por meio de dados de qualidade, como endereços de e-mail precisos, números de telefone e outros dados do cliente. Obtenha informações sobre as pessoas que se conectam com seu website e plataformas sociais, além de programas de marketing, vendas e fidelidade. Ele permite que sua companhia analise campanhas, priorize o conteúdo,

selecione a entrega do canal e responda a consultas com base em comportamentos e preferências individuais. Você pode entender melhor como os clientes interagem com sua empresa, incluindo os canais (social, na web, na loja) que eles preferem e as ofertas (publicidade, e-mail ou impressão) que eles selecionam.

Aumento de vendas

A CMDM incentiva oportunidades de cross-sell e upsell, fornecendo dados precisos usados em CRM, automação de marketing e outros sistemas. Você sabe mais sobre seus clientes (seja um indivíduo ou empresa) para segmentação e divulgação digital precisas, leads de maior qualidade e chamadas aprimoradas de clientes um para um. Em vez de ir para fontes separadas, o registro é instantaneamente visível. Os mesmos dados alimentam as iniciativas de Inteligência Artificial (IA) e aprendizado de máquina para prever e fornecer conteúdo hiper-personalizado com base no histórico de compras, cargo e outros critérios.

Excelente serviço

Todos os departamentos relevantes da sua empresa passarão a ver as informações do cliente em um piscar de olhos, e sua equipe de suporte por telefone ou chat on-line terão a possibilidade de fazer o atendimento aos consumidores com mais confiança, visualizando os dados instantaneamente. Além disso, as informações geradas na área de suporte ao cliente são compartilhadas e visualizadas automaticamente com os departamentos de vendas e marketing, entre outros. Por exemplo, se um consumidor é transferido em sua chamada para o setor de atendimento de outro departamento, ele não precisará responder as mesmas perguntas novamente.

Conformidade aprimorada

As organizações têm mais requisitos regulamentares do que nunca, incluindo as leis como o General Data Protection Regulation (GDPR), na Europa, e a Lei Geral de Proteção de Dados, no Brasil. O CMDM consolida as informações em vários sistemas para monitorar, relatar e impor as regras de conformidade para toda a empresa. Assim, você pode determinar e relatar identidades (quem é a pessoa) e consentir (com o que eles concordaram), bem como quais dados pessoais do cliente são coletados e usados. Você também entende onde os dados entram, quem os usa e por quanto tempo eles permanecem válidos. O resultado é que sua empresa evita riscos legais, financeiros e de reputação de marca.

Os dados do cliente são um ativo vital que as empresas podem alavancar para executar a transformação digital, aumentar os lucros e reduzir as redundâncias. Ao dominar os dados do cliente com o CMDM, as organizações podem aprimorar o marketing, as vendas, o suporte ao cliente, a conformidade e muito mais. Sua organização pode suplantiar processos manuais ou

duplicados, remover dados incompletos ou imprecisos e promover transparência e colaboração.

Os dados do CMDM e do cliente permitem que sua empresa faça o seguinte:

- Melhorar a satisfação do cliente
- Aumentar a retenção de clientes
- Aprimorar e expanda oportunidades de upsell / cross-sell
- Acelerar a integração do cliente
- Reduzir as taxas de rejeição / emails devolvidos
- Diminuir taxa de perda
- Aumentar o valor da vida útil do cliente
- Otimizar as chamadas de atendimento ao cliente

Domine seus dados. Eleve suas experiências.

Na Era do Cliente, os dados mestres dos clientes e o CMDM são a vantagem competitiva que as empresas voltadas para o futuro e voltadas para o crescimento precisam. Ambos estão no centro da transformação digital e das iniciativas que colocam o seu negócio em primeiro lugar - o que significa que o sucesso dos aplicativos corporativos pode ser vinculado diretamente a metas organizacionais que incluem melhores produtos

e serviços, aumento de receita e redução de custos.

Dominar seus dados de clientes permite que você capture e integre atributos do cliente para uma aprendizagem profunda e para a geração de insights para o futuro.

Você aumenta o envolvimento do público, impulsiona as campanhas, encurta os ciclos de vendas, aprimora o suporte ao cliente e adere às regulamentações. Você também fornece um valor vitalício excepcional baseado em preferências entregues em tempo real.

A inovação e o sucesso nos negócios futuros dependerão da liderança com uma abordagem centrada no cliente e omnichannel para experiências mais ricas aos consumidores de uma forma geral. O cliente deve estar no centro de tudo o que sua empresa espera alcançar - e a CMDM é o catalisador para dominar seus dados e elevar as experiências dos clientes.

Para saber mais sobre como os dados mestre de clientes fornecem sua vantagem competitiva, visite [on-line](https://www.stibosystems.com) ou envie um e-mail para contato@stibosystems.com.



About Stibo Systems

Stibo Systems, the master data management company, is the trusted source of MDM solutions based on a unique business-first, people-centric approach. Our solutions are the driving force behind forward-thinking companies around the world that have unlocked the strategic value of their master data; empowering them to improve the customer experience, drive innovation and growth, and create an essential foundation for digital transformation. Stibo Systems is a privately held subsidiary of the Stibo A/S group, founded in 1794, and is headquartered in Aarhus, Denmark. For more information, visit [stibosystems.com](https://www.stibosystems.com).