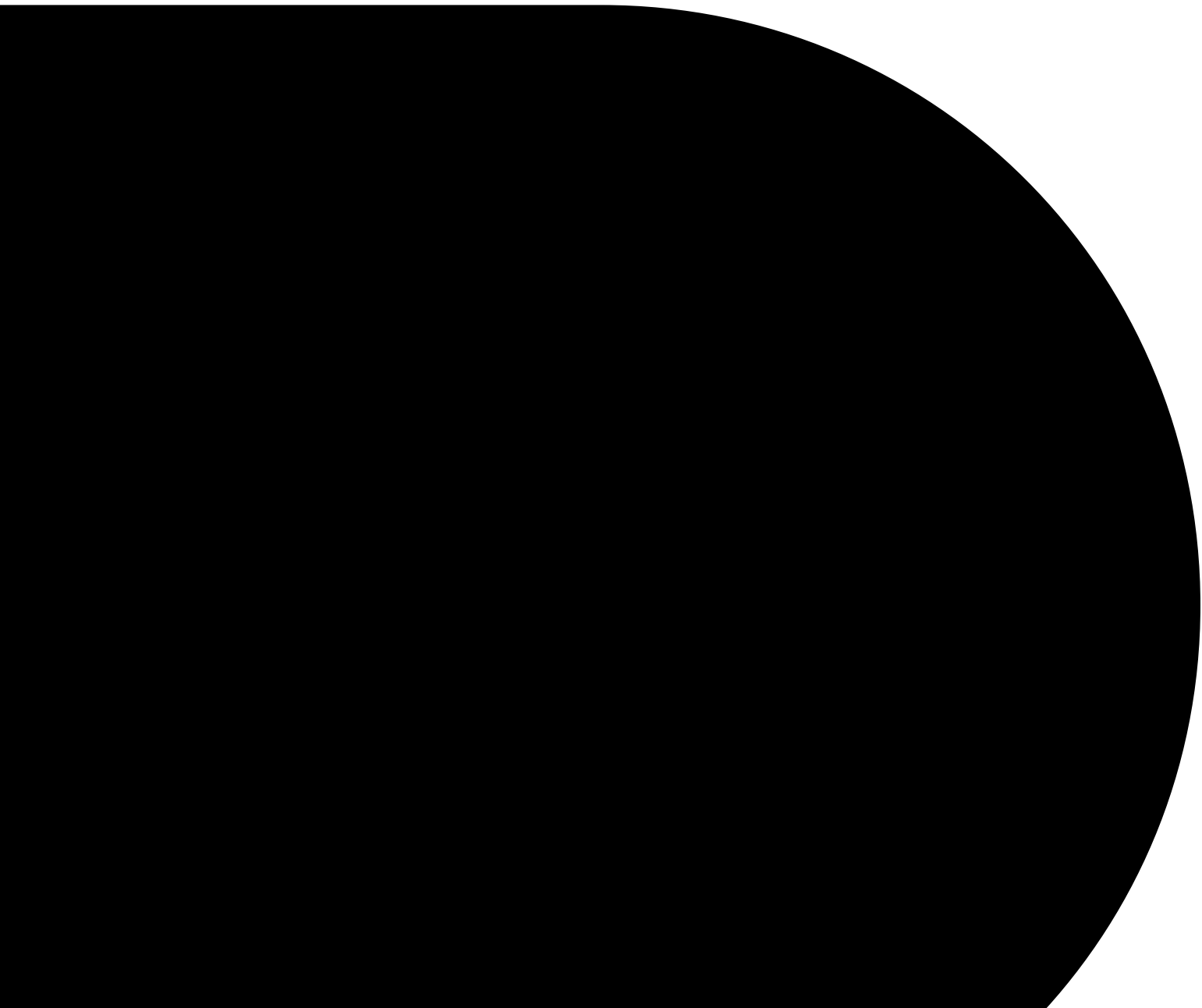


Omnichannel Optimizer

Skapa sammanhängande kundupplevelser
tvärs över alla kanaler.

Augusti 2019



Innehåll

Introduktion	2
Tiden för single-channel-kommunikation är förbi	2
Data, kunskap och genomförande	3
DXC Omnichannel Optimizer	4
Så här kommer du igång	5

Introduktion

DXC Omnichannel Optimizer kan hjälpa din verksamhet på resan mot att skapa sammanhängande kundupplevelser tvärs över alla kanaler.

Det är en abonnemangsbaserad molntjänst som skapar datadrivna next best offers på produkter, tjänster eller åtgärder att användas i alla dina kommunikationskanaler. Du kommer på ett effektivt sätt göra din kommunikation med kunderna mer personlig och konsekvent.

Lösningen är oberoende av kanaler och kan därför användas centralt till alla kommunikationsplattformar. I molnet kommer du igång med en minimal investering och minimalt utnyttjande av egna IT-resurser.

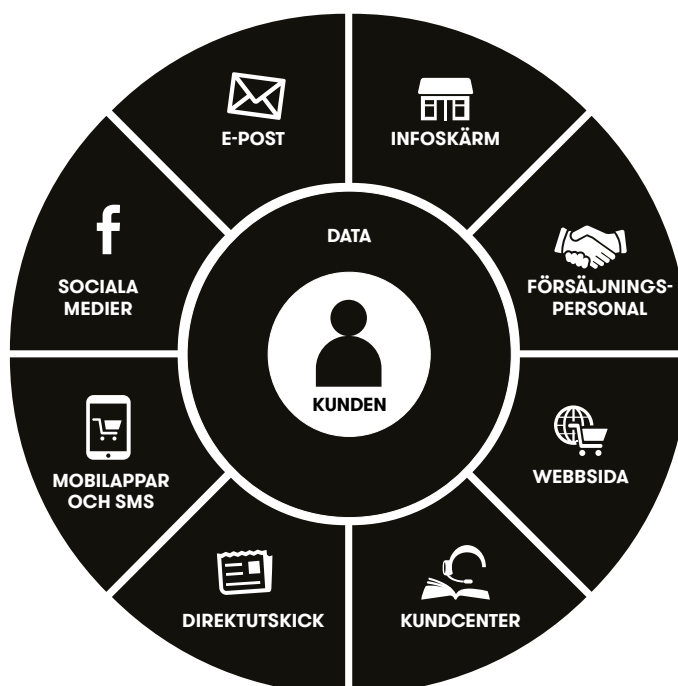
Tiden för single-channel-kommunikation är förbi

En gång i tiden skötte dialogen med kunderna genom ganska få och oberoende kanaler. E-post, fysiska butiker och webbshoppar stod isolerade och fungerade separat. Men i en tid då kundens samlade upplevelse av din verksamhet betyder mer än den enskilda försäljningskanalen är single-channel-kommunikationens dagar räknade.

För att borga för konkurrenskraft och skapa tillväxt är det idag nödvändigt att använda fler kanaler och inte minst att säkerställa konsekvens i kommunikationen tvärs över alla kanaler. Det är med andra ord dags att skapa den optimala omnichannel-kundupplevelsen.

Kunderna förväntar sig att leverantörer känner igen och modifierar sig till deras unika behov och anpassar kommunikationen därefter genom alla verksamhetens säljkanaler, om det så är via e-post, sms, en app eller i en fysisk butik.

Figur 1. Centrala data säkerställer konsekvens i kommunikationen tvärs över alla kanaler.





Data, kunskap och genomförande

För att relevant kommunikation ska kunna skickas till kunder krävs det att du har data och kunskap som understöder både budskap och val av målgrupp. Därutöver ska du kunna genomföra de budskap du framför via de kanaler du väljer. Många verksamheters aktuella utmaningar beror på att alla tre ingredienser - data, kunskap och genomförande - bara existerar decentralt och är fördelat på de enskilda kanalerna. Verksamheterna har kanske ett verktyg som gör att de kan skicka ut nyhetsbrev per e-post, men budskapen och målgruppen skapas enbart i detta verktyg och kan inte nödvändigtvis användas till kommunikation i andra kanaler.

I dag går många verksamheter också miste om de möjligheter som uppstår när man kan göra budskapen personliga genom att analysera data mer på djupet. Den råa datamängden som består av kunders köphistorik är ofta stor och överskådlig. Det kan därför vara en komplex uppgift att ta fram guldkornen i denna mängd av information. I stället använder många verksamheter enkel, regelbaserad kommunikation, till exempel kan kunder få e-postmeddelanden med kampanjvaror och de som har varit kunder i tolv månader kan få specialerbjudanden.

Den optimala omnichannel-upplevelsen, där kommunikationen är datadriven, kräver ett centraliserat system där data, analys och budskap styrs centralt och därefter kan användas i alla relevanta kanaler.

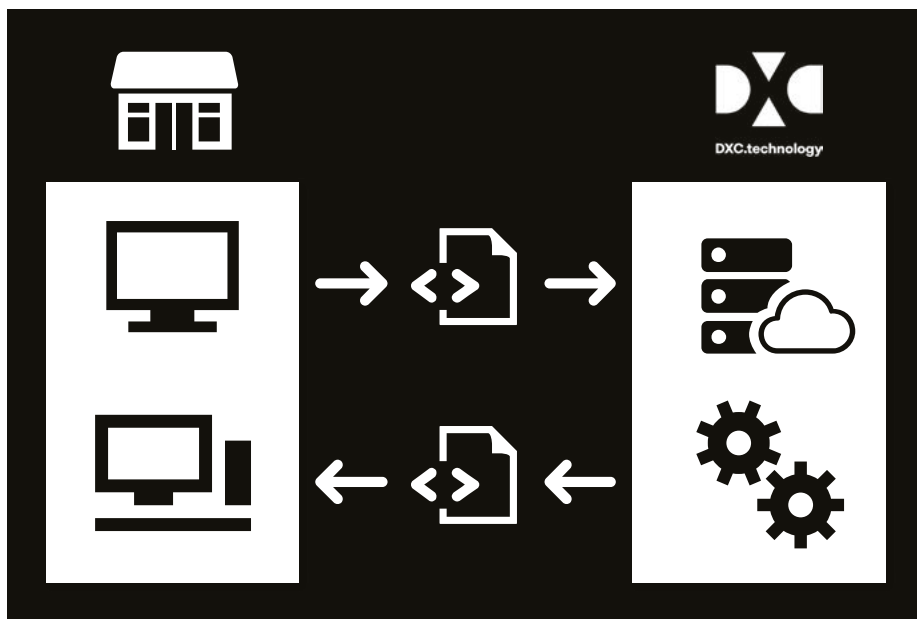
DXC Omnichannel Optimizer

DXC Omnichannel Optimizer utgår från din kunskap om dina kunder och deras köphistorik i alla kanaler och skapar med hjälp av avancerade analysmetoder personliga next best offers som du kan använda i ditt genomförandeverktyg för omnichannel. På det sättet säkerställer du att kommunikationen är relevant för den enskilda kunden och samtidigt konsekvent tvärs över alla kanaler.

Baserat på den data du laddar upp utnyttjas den enskilda kundens köphistorik och andra särdrag för att beräkna vilka next best offers varje enskild kund är mest benägen att ta emot. Till sist exporterar vi slutresultaten och laddar ner dem till en miljö varifrån du kan använda dem.

DXC Omnichannel Optimizer är en abonnemangsbaserad molntjänst. Det innebär att belastningen på din verksamhets IT-resurser blir minimal och att behovet för resurser kommer att uppstå i samband med uppstart av tjänsten. Den relevanta datauppsättningen laddas upp via en säker FTP-uppkoppling från er miljö till DXC Technologys miljö. Här analyseras datan, och resultatet av analysen laddas sedan ner till er befintliga miljö. Därefter kan resultaten integreras med annan data och användas i ett dedikerat genomförandeverktyg för marknadsföring.

Figur 2. Data laddas upp till DXC, analyseras och laddas ner till er befintliga miljö.



Så här kommer du igång

Efter ingått avtal blir det första steget ett möte mellan en konsult från DXC och relevanta medarbetare från din verksamhet. Syftet med mötet är att klarlägga vilken data ni vill använda er av i lösningen, vilka särdrag i er data ni ska ta höjd för, hur uppladdningen av data ska sättas upp och automatiseras och hur nerladdning av resultatdata till er miljö ska ske.

Efter mötet påbörjar ni preparationen av data, samtidigt som vi börjar förbereda vår molnmiljö för att ta emot er data. När datan är klar ser vi till att den laddas upp, och vi konfigurerar sedan vår analytiska modell så att den passar just er data.

När vi har optimerat den analytiska motorn för er data exporterar vi resultaten och laddar upp den till er miljö. Därefter automatiserar vi hela processen, så att den kan köra automatiskt. Det tar normalt tre arbetsveckor från processens start fram till att ni får de första resultaten.

Learn more at www.dxc.technology

 **Get the insights that matter.**
www.dxc.technology/optin

DXC Technology Sverige

Gustav III:s Boulevard 36
169 85 Stockholm
Sverige
T +46 (0)10-5201600

Om DXC Technology

DXC Technology är världens ledande oberoende leverantör av IT-tjänster. Företaget hanterar och moderniserar affärskritiska system och integrerar dem med nya digitala lösningar som skapar mervärde. Företagets globala räckvidd, expertis, innovationsplattformar, teknikoberoende och omfattande partnernetverk möjliggör för mer än 6 000 privata och offentliga kunder i 70 länder att utvecklas och växa med förändringar. Mer information finns på www.dxc.technology.