

# Az IBM közösségi marketingmegoldásai

Új vásárlói közösségi dimenziókat ismerhet meg, és sokoldalúbbá teheti marketingüzeneteit



## Főbb előnyök

- Bekapcsolódás a közösségi médiába az ügyfelekkel kapcsolatos további profiljellemezők gyűjtése érdekében
- A márkákkal kapcsolatos vélemények és hozzáállás, valamint a felmerülő témák elemzése
- Az ajánlatok igazítása az ügyfelekhez, valamint marketingüzenetek bármely és minden csatornához
- A csatornák közötti marketing fejlesztése a központosított döntéstámogatás segítségével
- Üzenetek küldése a hagyományos csatornákon a közösségi jellemzők alapján, illetve személyre szabott ajánlatok küldése a közösségi csatornákon

## Személyre szabott vásárlói párbeszéd létrehozása a közösségi hálózatokon

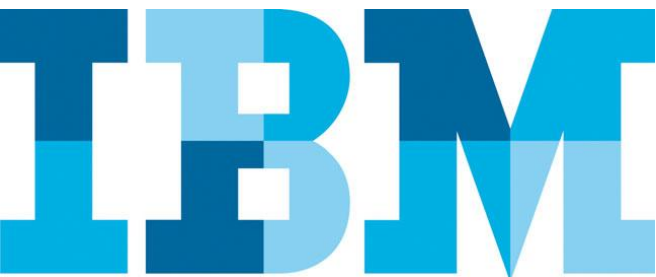
Az IBM® Enterprise Marketing Management (EMM) közösségi médiához kapcsolódó marketingmegoldásait arra tervezték, hogy interaktív párbeszéd segítségével foglalkozzon és lépjen kapcsolatba az ügyfelekkel. Ezen megoldások segítségével relevánsabb üzeneteket juttathat célba a közösségi médián és az egyéb digitális médián keresztül. Az IBM ajánlatának széles tartománya magában foglalja az IBM Cognos®, az IBM Coremetrics® és az IBM Unica® szoftvermegoldásait. Az EMM öt kulcsfontosságú marketingfolyamat támogatásával segíti a szakembereket: gyűjtés, elemzés, döntéshozatal, küldés, kezelés.

EMM: átfogó csomag, amely öt kulcsfontosságú marketingfolyamatot integrál



## A gyűjtéssel részletesebb vásárlói profilokat állíthat össze

A többcsatornás vevőprofiladatok állnak minden EMM megoldás középpontjában. Ez egy virtuális profil a vásárlókról, amely a meglévő adatokból, a külső forrásokból rögzített vagy az elemzés során előállított adatokból áll össze. Az EMM megoldások ezeket a profiladatokat felhasználva optimalizálják az elemzést, a döntéshozatalt, valamint a marketingüzenetek kézbesítését.

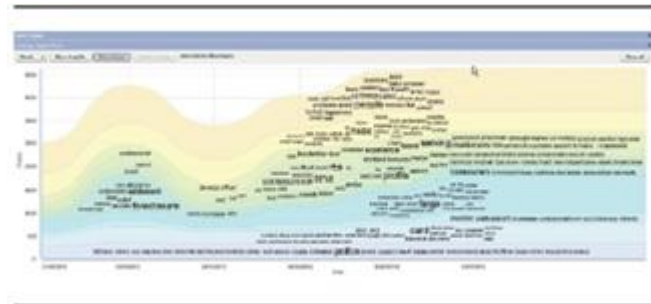


A közösségi médiából származó adatok a többcsatornás profil kulcsfontosságú összetevői. Az EMM megoldásokon belül rögzítheti a Facebook és a Twitter legfontosabb közösségi profiljait, és közösségi jellemzőket hozhat létre. Ezen adatok felhasználása lehetővé teszi az információk – például az ismerősök vagy követők számának – elemzését és segítségével azonosíthatók azok az ügyfelek, akik hatással lehetnek márkájára. Ezenkívül adatokat rögzíthet a kedvelt dolgokról és érdeklődési körökről, amelyek segíthetnek abban, hogy hatásosabb üzeneteket és ajánlatokat hozzon létre.

A közösségi médiából származó vásárlói profiladatok és a meglévő vásárlói szegmensek egyesítésével teljes körű rálátás alakítható ki, amely hatékonyabbá teszi az összes marketingtevékenységét.

### Az elemzési megoldások segítséget nyújtanak a vásárlók érdeklődésének, szükségleteinek, igényeinek, szándékainak és vágyainak megismerésében

A közelmúlt tömeges, egycsatornás, egyirányú, vállalatközpontú kampányaitól eltérően napjaink marketingtevékenységének többcsatornás, mérhető, interakcióközpontú kampányokat kell célba juttatniuk. A legjobb eredmények eléréséhez elsőként a vásárlók jobb megismerésére van szükség. Az IBM eszközeivel felfedheti és felderítheti, hogy kik az ügyfelei, mik az igényeik, és hogyan érheti el őket a leghatékonyabban.



A közösségi vélemények elemzése betekintést nyújt a vásárlók észrevételeibe.

**IBM Cognos Consumer Insight** – A Cognos Consumer Insight egy közösségi elemzési megoldás, amely egyszerűvé és kényelmessé teszi a közösségi csatornák, a márkával kapcsolatos vélemények, valamint a felmerülő témák elemzését. A nyilvánosan elérhető webhelyeken található több milliárd bloghozzászólás, valamint több százezer fórum és vitafórum közel valós időben történő kiértékelésével láthatóvá válnak a vásárlói véleményekben megmutató trendek. A kifinomult, a természetes nyelvet feldolgozó algoritmusokra épülő megoldás segítségével a véleményeket pozitív, negatív, semleges vagy ambivalens vásárlói visszajelzésként azonosíthatja.



Mérheti és nyomon követheti a saját közösségi tartalmaiból származó eredményeket.

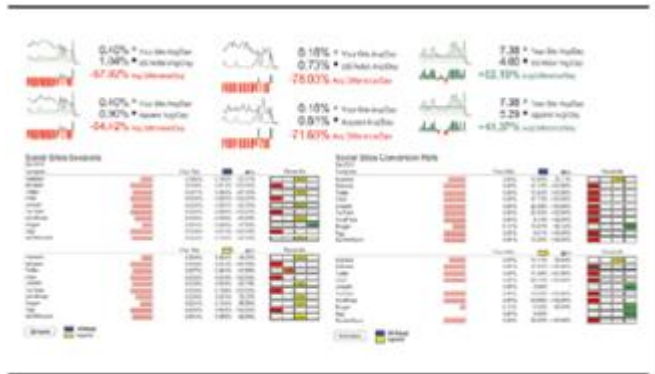
**IBM Coremetrics Digital Analytics** – Ez a webes és digitális elemzési megoldás egy Coremetrics Social nevű, kifejezetten a közösségi médiához tervezett modulall rendelkezik. A saját tulajdonú vagy a saját tartományában, illetve a Facebook, YouTube vagy más digitális webhelyeken létrehozott, közösségi médiában fellelhető tartalmak mérésére alakították ki – ez jelenti a közösségi marketing befektetésének megtérülését. Az IBM Coremetrics Social modul telepítése lehetővé teszi, hogy automatikusan azonosítsa a webes közösségi oldalakról kiinduló hivatkozásokat. Segítségével nem csak az egyes csatornákon generált forgalom mértékét ismerheti meg, hanem a látogatók kereskedelem felé áramlását is: konvertálóknak, letöltőknak, regisztrálóknak, vásárolóknak vagy elvégzik a kívánt műveletet? A Coremetrics Social képes automatikusan feltölteni a rajongói oldalaihoz kapcsolódó Facebook bejegyzéseket, valamint a megadott Twitter címkékhez tartozó bejegyzéseket.



Megfigyelheti az e-mail kampányok közösségi hatásait.

**IBM Unica Social Email Optimization** – A Unica Social Email Optimization egyedi közösségi képességei lehetővé teszik az e-mail üzeneteiben megjelenő, közösségi hálózatokon megosztott hivatkozások mérését és nyomon követését. A Social Email

Optimization segít a marketingszakembereknek megérteni az e-mail tartalmak közösségi hálózatok közötti vírusszerű megosztásának értékét. Ezt a rálátást a vásárlók által az e-mail tartalmak megosztására használt platformokról és eszközökről készített jelentésekkel egyesítve a marketingszakemberek optimalizálhatják a közösségi hálózatokon megosztani kívánt tartalmakat. A jelentéskészítés mellett a Social Email Analytics eszközeivel a marketingszakemberek megtekinthetik a hivatkozásaik és tartalmaik előnézetét, amikor megosztják azokat egy adott közösségi hálózaton, illetve ellenőrizhetik, hogy e-mail üzeneteik tartalmazzák-e a csatornák közötti forgalmat irányító hivatkozásokat.



Eredményeit összehasonlíthatja az iparági mérőszámokkal.

**IBM Coremetrics Benchmark** – A Coremetrics Benchmark használatával egyszerűen összehasonlíthatja közösségi erőfeszítéseit az iparág vezetőivel és versenytársaival. Az IBM digitális marketingoptimalizálási ajánlatának részeként ez a megoldás összesített és névtelen, versenyelőnyt biztosító adatokat szolgáltat az iparág-specifikus, követendő eljárásokhoz kapcsolódó fő teljesítménymutatókról, így könnyedén követheti webhelye teljesítményét az iparági vezetőkhöz és versenytársakhoz képest. Ebbe beletartoznak a közösségi média teljesítménymutatói, például a Coremetrics Social hivatkozásokból származó összes munkamenet, az oldalmegtekintések, a közösségi látogatók konverziós arányai, továbbá számos egyéb adat.

### A döntéshozatal lehetővé teszi a személyre szabott kommunikációt, a közösségi csatornákon keresztül is

Az EMM összes megoldását a többcsatornás központosított döntéstámogatásra tervezték, így ezek segítik az ajánlatoknak az ügyfelekhez, valamint a marketingüzenetek bármely csatornához való igazitását. A közösségi média adatainak a marketingelemzéshez való hozzáadása segít azonosítani, hogy mely vásárlókat érdemes elérni specifikus üzenetekkel.

A központosított döntéstámogatás lényege a vásárlók és a legmegfelelőbb ajánlat egyeztetése, ami lehetőséget nyit a hatékonyabb, személyre szabott kommunikációra. A Unica Campaign segítségével megértheti a vásárlókat a különböző csatornákon, és felhasználhat minden vásárlói jellemzőt, például a közösségi adatokat és a csatornapreferenciákat annak érdekében, hogy az adott személyre vonatkozóan a

legmegfelelőbb döntés születessen. Lehetséges, hogy a vásárlói nagyon aktívak a közösségi csatornákon, mégis az e-mail kommunikációt részesítik előnyben az ajánlatok esetében. A Unica Campaign lehetőséget teremt, hogy helyes döntéseket hozzon az ajánlatokról, illetve az elküldés idejéről és a kézbesítés módjáról.

**IBM Unica Campaign** – A Unica Campaign platformot biztosít a célzott, több hullámban és több csatornán zajló kampányok végrehajtásához, beleértve a személyre szóló és az üzenetszórással végzett közösségi média kampányokat is. Az üzenetszórásos kampányok esetében közvetlenül közzétehet hozzászólásokat márkája üzenőfalán, vagy Twitter üzeneteket írhat a márka Twitter hivatkozásait használva. Személyre szóló kampányok esetében a Unica Campaign képes közvetlen üzenetet küldeni a Twitter követőknek, illetve bejegyzéseket közzétenni közvetlenül a Facebook rajongók falán. Ugyanez a megközelítés használható a kifejezetten közösségi marketingmegoldásokkal, például a Lithium, a HootSuite Enterprise vagy az Awareness Networks megoldással történő integrációhoz, miközben kezelheti szegmenseit és finomíthatja a célcsoportjait a nagy mennyiségű visszajelzési, demográfiai és online viselkedési adat felhasználásával.



Szóró üzenetek



Személyre szabott közvetlen üzenetek



Vásárlói kommunikációját kiterjesztheti a közösségi csatornákra.

**IBM Unica Interact** – A Unica Interact lehetővé teszi a valós idejű marketinget a bejövő csatornákon. A webhelyén közzétett ajánlatok hatókörét kiterjesztheti adott közösségi médiawebhelyekre a közösségi megosztási hivatkozások segítségével. Ezzel nem csak a kampányok hatókörét bővítheti, de erősítheti marketingüzeneteit is. A Unica Interact ahhoz is ideális, hogy rövid idő alatt küldjön ajánlatokat a közösségi média eszközelemein és a Facebook alkalmazásaihoz hasonló alkalmazásokon belül. A közel valós idejű döntéshozatala miatt a Unica Interact azonnal képes személyre szabott ajánlatokkal szolgálni a Facebook alkalmazásokban (valamint egyéb közösségi média webhelyeken, például a LinkedIn webhelyen). Az interakció lehetővé teszi pontosabban célzott ajánlatok készítését az aktuális interakció kontextusa, illetve a közösségi oldal jellemzői, például a szülőváros, nem, érdeklődési kör és más jellemzők alapján.

**IBM Unica eMessage** – Az eMessage az e-mail üzenetek célzott kézbesítésére szolgáló IBM megoldás. Kombinálható a Unica Campaign vagy a Unica Interact megoldással (a leírást lásd fentebb). A közösségi megosztási hivatkozások beilleszthetők az eMessage e-mail üzenetekbe, és a Unica eMessage tervezési eszközökkel pedig elemezhető az üzenetek megjelenése a megosztást követően. Ez segít abban, hogy olyan üzenettartalmat hozzon létre, amely az e-mailekre és a közösségi csatornákra is optimalizált.

## Az IBM Enterprise Marketing Management

Az IBM Enterprise Marketing Management (EMM) szoftvercsomag a képességek olyan integrált készletét nyújtja, amelyet kifejezetten a marketinggel foglalkozó szervezetek igényeihez terveztek. Az online és offline marketing minden szempontját integráló és korszerűsítő megoldás segítségével a szervezeti és egyéni felhasználók a marketing iránti szenvedélyüket értékes ügyfélkapcsolatokká és jövedelmezőbb, időszzerűbb és mérhetőbb üzleti eredménnyé változtathatják.

Az IBM EMM megoldásai nagy teljesítményű webes és vásárlói elemzést, eseményészlelést, kampánykezelést, valamint valós idejű interakciókezelést és javaslatokat biztosítanak. A megoldások emellett lehetőségkezelési, digitális marketingoptimalizálási, e-mail marketing, célzott hirdetési, keresőmarketing, valamint marketingerőforrás-kezelési képességeket is biztosítanak.

Világszerte több, mint 2500 szervezet használja az IBM EMM bevált és átfogó ajánlatait, hogy kezelni tudják az egyre összetettebb marketingből származó nyomást, miközben növekedő bevételt, illetve mérhető eredményeket mutatnak fel.

## Smarter Commerce: Integrált megközelítés

Az IBM EMM termékek az IBM Smarter Commerce™ kezdeményezés részei. A Smarter Commerce egyedi megközelítést jelent, amely növeli a vállalatok által ügyfeleik, partnereik és részvényeseik számára előállított értéket a gyorsan változó digitális világban. A Smarter Commerce megközelítéssel kapcsolatos további információkért látogasson el a következő webhelyre: [ibm.com/smarterplanet/commerce](http://ibm.com/smarterplanet/commerce).

## További információk

Az IBM Enterprise Marketing Management megoldásokkal kapcsolatos további információkért vegye fel a kapcsolatot az IBM üzletkötőjével vagy az IBM valamelyik üzleti partnerével, illetve látogasson el a következő webhelyre: [ibm.com/software/marketing-solutions](http://ibm.com/software/marketing-solutions).



© Copyright IBM Corporation 2011

IBM Systems  
Software Group  
Route 100  
Somers, New York 10589

Készült az Amerikai Egyesült Államokban  
2012. május

Az IBM, az IBM embléma, az ibm, a Cognos, a Coremetrics, a Smarter Commerce és a Unica az International Business Machines Corp. bejegyzett védjegye a világ számos országában. Az egyéb termék- és szolgáltatásnevek az IBM vagy más vállalatok védjegyei lehetnek. Az IBM védjegyeinek aktuális listája az interneten, a „Copyright and trademark information” weblapon, a következő címen érhető el: [www.ibm.com/legal/copytrade.shtml](http://www.ibm.com/legal/copytrade.shtml)

A jelen dokumentum a kiadvány első kiadásának idején aktuális állapotot tükrözi, és az IBM bármikor módosíthatja. Nem minden ajánlat érhető el mindegyik országban, ahol az IBM jelen van.

A felhasználó felelőssége a más termékek és programok IBM termékekkel és programokkal való működésének értékelése és ellenőrzése. A JELEN DOKUMENTUMBAN SZEREPLŐ INFORMÁCIÓKAT AZ IBM „JELEN ÁLLAPOTUKBAN” BIZTOSÍJTJA, KIFEJEZETT VAGY HALLGATÓLAGOS JÓTÁLLÁSI KÖTELEZETTSÉG NÉLKÜL, BELEÉRTVE AZ ÉRTÉKESÍTHETŐSÉGRE, ADOTT CÉLRA VALÓ ALKALMASSÁGRA VONATKOZÓ HALLGATÓLAGOS JÓTÁLLÁST VAGY FELTÉTELEKET, VALAMINT A JOGSÉRTÉSMENTESSÉGRE VONATKOZÓ JÓTÁLLÁST. Az IBM termékekre azon szerződésben foglalt feltételeknek megfelelő jótállás vonatkozik, amely szerződés keretében biztosítottak.

Kérjük, hasznosítsa újra!



ZZW03128-USEN-00