TD SYNNEX

Contenuti e raccomandazioni personalizzati

Destinazione AI: caso d'uso

Introduzione

I contenuti e le raccomandazioni personalizzati sfruttano l'intelligenza artificiale generativa per trasformare il marketing e il coinvolgimento offrendo contenuti personalizzati in base al comportamento dei singoli clienti. Analizzando i dati provenienti dalla cronologia di navigazione, dai modelli di acquisto e dalle interazioni sui social media, i sistemi di intelligenza artificiale generano messaggi personalizzati, suggerimenti sui prodotti e contenuti multimediali che trovano riscontro in ciascun utente. Questo approccio consente alle organizzazioni di abbandonare strategie di marketing generiche e standardizzate, favorendo un coinvolgimento più profondo, tassi di conversione migliori e una maggiore fedeltà al marchio. Le esperienze personalizzate aumentano la soddisfazione del cliente, garantendo che ogni interazione sia unica e pertinente. Tra i principali fornitori in questo ambito figurano watsonx.ai di IBM, AWS Personalize, Microsoft 365 Copilot, Google Vertex AI e HPE Private Cloud AI, ognuno dei quali offre funzionalità specifiche per integrare la personalizzazione in tempo reale nelle strategie di marketing digitale.

Punti dolenti

Le organizzazioni spesso si affidano a campagne di marketing generiche e ampie che non riescono a catturare gli interessi e i comportamenti specifici dei singoli clienti. La mancanza di personalizzazione comporta tassi di conversione più bassi, una minore fidelizzazione dei clienti e uno spreco di risorse di marketing. Spesso i dati vengono archiviati su diverse piattaforme, rendendo difficile ottenere una visione completa del comportamento dei clienti. Inoltre, segmentare manualmente il pubblico e creare contenuti personalizzati richiede molto tempo ed è soggetto a incongruenze. Questa inefficienza ostacola la capacità di rispondere rapidamente alle mutevoli tendenze del mercato e alle preferenze dei clienti, con conseguente perdita di opportunità e riduzione del vantaggio competitivo.

Vantaggi della soluzione

L'integrazione di contenuti e raccomandazioni personalizzati basati sull'intelligenza artificiale offre notevoli vantaggi. Innanzitutto, consente iniziative di marketing iper-mirate, trasmettendo messaggi che trovano riscontro nei singoli clienti e generano un maggiore coinvolgimento. La creazione automatizzata di contenuti e le raccomandazioni in tempo reale semplificano la gestione delle campagne, riducendo il carico di lavoro dei team di marketing. I sistemi di intelligenza artificiale apprendono costantemente dalle interazioni con i clienti, perfezionando il loro targeting per migliorare i tassi di conversione e aumentare il valore del ciclo di vita del cliente. Inoltre, consolidando fonti di dati eterogenee, queste soluzioni forniscono una visione unificata del comportamento dei clienti, consentendo un processo decisionale più strategico. Nel

complesso, i vantaggi includono una maggiore efficienza operativa, un ROI più elevato sulla spesa di marketing, una maggiore soddisfazione del cliente e un approccio più agile al marketing digitale.

KPI interessati

Diversi indicatori chiave delle prestazioni possono migliorare grazie a contenuti e raccomandazioni personalizzati:

Tasso di conversione: un targeting migliorato porta a un maggiore coinvolgimento dei clienti e a un aumento delle vendite.

Valore del ciclo di vita del cliente: le esperienze personalizzate incoraggiano gli acquisti ripetuti e favoriscono la fedeltà a lungo termine.

Metriche di coinvolgimento: tassi di clic migliorati, visite al sito più lunghe e livelli di interazione più elevati.

Valore medio dell'ordine: i consigli personalizzati generano una spesa maggiore per transazione.

Soddisfazione del cliente: contenuti più pertinenti migliorano l'esperienza complessiva dell'utente e i punteggi di soddisfazione.

Implementazione del caso d'uso

L'implementazione di contenuti e raccomandazioni personalizzati richiede un approccio strategico che integri gestione dei dati, tecnologia e gestione del cambiamento. Di seguito è riportata una guida dettagliata per garantire un'adozione di successo e vantaggi a lungo termine.

Pianificazione e allineamento delle parti interessate

Definisci gli obiettivi: chiarisci gli obiettivi chiave, come l'aumento dei tassi di conversione, l'incremento del valore del ciclo di vita del cliente o il miglioramento del coinvolgimento. Stabilire KPI chiari per misurare il successo.

Costituisci un team interfunzionale: coinvolgi marketing, IT, analisi dei dati e leadership esecutiva per allinearli su obiettivi e requisiti.

Valutazione di fornitori e strumenti: valuta le soluzioni di intelligenza artificiale disponibili (watsonx.ai di IBM, AWS Personalize, Microsoft 365 Copilot, Google Vertex AI e HPE Private Cloud AI) per determinare quale si adatta meglio alla tua infrastruttura esistente e ai tuoi obiettivi strategici.

Allocazione delle risorse e infrastrutture

Integrazione dei dati: consolida i dati dei clienti provenienti da sistemi CRM, piattaforme di e-commerce e canali di social media per creare un set di dati completo.

Pianificazione del budget: determinare l'investimento necessario per le licenze, l'integrazione e i potenziali aggiornamenti dell'infrastruttura. Analizza il ROI in base ai miglioramenti previsti nei tassi di conversione e nel coinvolgimento dei clienti.

Sicurezza e conformità: assicurarsi che la soluzione scelta rispetti le normative sulla privacy dei dati (ad esempio GDPR, CCPA) e gli standard specifici del settore, implementando solidi controlli di accesso e crittografia dei dati.

Progetto pilota e prova di concetto

Seleziona una campagna target: scegli una campagna di marketing limitata o un segmento di clienti specifico per testare la personalizzazione basata sull'intelligenza artificiale.

Configura gli strumenti di intelligenza artificiale: integra la soluzione selezionata nelle tue piattaforme di automazione del marketing e testane la funzionalità nei flussi di lavoro esistenti.

Parametri di base: acquisisci parametri di performance attuali come tassi di conversione, livelli di coinvolgimento e punteggi di soddisfazione del cliente per stabilire un punto di riferimento per il miglioramento.

Esecuzione e adozione

Onboarding e formazione: fornire sessioni di formazione ai team di marketing per garantire che comprendano come sfruttare le informazioni e le raccomandazioni generate dall'intelligenza artificiale.

Cicli di feedback iterativi: stabilire processi per un feedback continuo da parte di utenti e stakeholder per perfezionare le strategie di personalizzazione e targeting dei contenuti.

Lancio della campagna: estendere gradualmente il progetto pilota ad altri canali, garantendo coerenza nei messaggi e nell'esperienza del cliente.

Monitoraggio e miglioramento continuo

Monitoraggio continuo: monitora regolarmente i KPI, come i tassi di conversione e le metriche di coinvolgimento, confrontandoli con le prestazioni di base per valutarne l'impatto.

Gestione del rischio: monitorare problemi quali sovrasegmentazione o violazioni della privacy dei dati, assicurando che i processi di revisione manuale rimangano in atto.

Scalabilità e integrazione: una volta che il progetto pilota avrà avuto successo, integrare ampiamente la soluzione sui canali digitali e nelle campagne di marketing, allineandola alla strategia aziendale complessiva.

Panoramica delle offerte dei fornitori

- IBM watsonx.ai: consente la generazione e la personalizzazione di contenuti dinamici utilizzando funzionalità avanzate di intelligenza artificiale generativa.
- AWS Personalize: fornisce motori di raccomandazione in tempo reale che si integrano perfettamente con i servizi AWS.
- Microsoft 365 Copilot: integra la messaggistica personalizzata con la suite di strumenti di produttività e marketing di Microsoft.
- Google Vertex AI: offre analisi avanzate e apprendimento automatico per strategie di personalizzazione basate sui dati.
- HPE Private Cloud AI: supporta soluzioni on-premise o ibride per organizzazioni con rigorosi requisiti di conformità e sovranità dei dati.

Conclusione

I contenuti e le raccomandazioni personalizzati rappresentano un approccio trasformativo al coinvolgimento dei clienti. Sfruttando l'intelligenza artificiale per personalizzare i messaggi di marketing e i suggerimenti sui prodotti, le organizzazioni possono migliorare significativamente l'esperienza utente, aumentare i tassi di conversione e incrementare la fedeltà dei clienti a lungo termine. Attraverso un processo di implementazione strutturato, che comprende un'attenta pianificazione, una solida integrazione dei dati, test pilota e un miglioramento continuo, le

aziende possono passare con successo a una strategia di marketing più agile e basata sui dati. L'adozione di queste soluzioni avanzate dei fornitori garantisce alle aziende di rimanere competitive in un panorama digitale in rapida evoluzione, posizionandole per una crescita e un successo duraturi.