

COMARCH

CRM&MARKETING

COMARCH SOCIAL MINING

Identifier et comprendre les conversations significatives sur les réseaux sociaux





ENJEUX COMMERCIAUX

Depuis plusieurs années, l'importance des réseaux sociaux a augmenté et a eu un impact majeur sur les entreprises. L'échange et le partage des opinions entre les clients est plus facile. De plus, ces commentaires et comportements sociaux ont une incidence sur les activités quotidiennes - service client, engagement et satisfaction. Beaucoup d'entreprises ont commencé à utiliser les réseaux sociaux et pas seulement comme un autre canal de communication. Elles sont également conscientes que les réseaux sociaux fournissent des données plus efficaces sur leurs clients et permet de capturer l'historique de conversations passé et présent pour visualiser les tendances selon les sujets et les domaines.

SOLUTION

Comarch Social Mining est un outil utile qui améliore les programmes de fidélisation dans le contexte social. Il apporte une valeur ajoutée supplémentaire aux membres du programme en offrant une meilleure expérience avec plus d'avantages grâce à un ciblage précis. Comarch Social Mining permet de surveiller le comportement des membres au sein des réseaux sociaux en fonction des critères définis par l'utilisateur

et des sources de données requises. Grâce aux informations recueillies dans l'application CSM, basées sur les statistiques sociales de l'engagement, un fournisseur de programmes de fidélité peut enrichir le profil d'un client fourni par l'outil Comarch Loyalty Management et recueillir des données comportementales sociales supplémentaires sur le client

En définitive, il permet aux utilisateurs de définir une communication plus précise et personnalisée, de récompenser les membres du programme et de les segmenter en fonction de leur activité sur les réseaux sociaux.

La solution permet également de découvrir les membres du programme de fidélisation les plus influents en fonction de domaines spécifiques tels que les utilisateurs, les pages de fans et les comptes de réseaux sociaux ou les catégories de mots clés. Cette approche globale de l'analyse des médias sociaux donne aux utilisateurs de la plateforme CSM l'occasion unique d'envisager les réseaux sociaux en tant que partie intégrante des processus de fidélisation et, d'autre part, d'améliorer rapidement la stratégie du programme basée sur les tendances et les opinions dignes de confiance des membres du programme.



ARCHITECTURE DU SYSTÈME

Grâce à la connexion des profils des membres du programme avec leurs comptes sur les réseaux sociaux, Comarch Social Mining peut saisir des données pertinentes sur diverses plateformes sociales. Toutes les données de profils sociaux sont rassemblées dans une base de données avec l'ensemble de l'historique de communication et d'engagement. Un utilisateur CSM est capable d'analyser le comportement d'un client très particulier sur les médias sociaux en utilisant une application intuitive



améliorée avec des tableaux de bord et jauges qui sont basées sur les sentiments, les mots-clés, l'engagement, l'activité, l'influence et enfin l'analyse de l'efficacité du contenu social, les classements et notes.

AVANTAGES CLÉS



Intégration dans les processus de gestion du programme de fidélisation des transactions, de l'historique des communications omnicanal et de l'analyse de l'engagement sur les réseaux sociaux.



Améliorer la qualité de la communication avec les clients et enrichir leurs profils en incluant l'historique des interactions sur les réseaux sociaux.



Des informations détaillées sur l'opinion des clients accessibles en temps réel avec des analyses, des statistiques et des KPI pertinents.



Possibilité de regrouper les clients selon diverses caractéristiques et de découvrir les leaders d'opinion ou principaux influenceurs.



Segmentation selon le comportement sur les réseaux sociaux et la possibilité de partager ces segments sur l'ensemble de la plateforme CRM & Marketing pour définir des actions marketing plus précises et mieux ciblées.

PRINCIPALES FONCTIONNALITÉS



Collecter

Grâce à la connexion des comptes des membres des programmes de fidélisation avec leurs profils sur les réseaux sociaux dans Comarch Loyalty Management, Comarch Social Mining est capable de rassembler toutes les autorisations d'accès aux données privées et, par conséquent, de capturer des données pertinentes de réseaux sociaux variés comme Facebook ou Twitter. Et en fin de compte, en tant que partie entièrement intégrante du module de la plateforme CRM & Marketing, vous pouvez enrichir le profil d'un membre du programme en incluant les données agrégées à propos de leurs activités sur les réseaux sociaux.



Écouter

L'analyse de sentiments et la possibilité de suivre des mots-clés et des sujets de la plus haute importance du point de vue des entreprises vous aident à surveiller les messages et les commentaires à propos de votre marque et à identifier les segments clients les plus engagés. De plus, il est possible de surveiller comment les membres du programme interagissent avec un type spécifique de contenu sur les réseaux sociaux, leur score d'influence et enfin définissent des segments basés sur l'historique complet des interactions.



Analyser

En recueillant des données pertinentes, vous pouvez créer une analyse détaillée de l'engagement des clients et fournir des données numériques uniques concernant l'engagement, l'influence, les mots clés utilisés et l'efficacité du contenu sur les réseaux sociaux. Ainsi que des informations sur la distribution d'opinions positives / neutres / négatives, le cycle de vie de la campagne, le comportement des clients sur les réseaux sociaux, la démographie des clients et les profils sociaux des membres du programme de fidélisation

COMARCH SOCIAL MINING



CLIENTS CRM & MARKETING



A PROPOS DE COMARCH

Comarch a plus de vingt ans d'expérience dans la conception, la mise en œuvre et l'intégration de solutions à la pointe de l'informatique. L'aspect le plus important offert aux plus grandes entreprises est une suite complète de solutions informatiques et de services professionnels: pour construire et gérer des programmes de fidélisation, créer des expériences clients riches et des interactions personnalisées via de multiples points de contact, d'automatiser les processus de commercialisation et, enfin, booster les profits. Notre logiciel prend en charge l'ensemble de la chaîne de valeur de fidélité. Comarch possède une expérience multi-industrie, acquise par le travail avec plus de quatre-vingt clients, y compris des sociétés de produits de grande consommation, des télécoms, des institutions financières, des compagnies de voyage et d'autres, comme JetBlue Airways, l'aéroport d'Heathrow et BP. L'offre comprend également des analyses de données et des systèmes d'interactions clients innovantes basées sur la gamification, qui augmentent les bénéfices et renforcent les relations entre les clients, les partenaires et la marque.