Publicado en el 06/05/2015

IBM y Facebook se alían para ofrecer experiencias de marketing personalizadas

Facebook e IBM Commerce (NYSE: IBM) han anunciado un acuerdo de colaboración para proporcionar capacidades de marketing personalizadas a empresas en todo el mundo. Estas capacidades permitirán llegar a perfiles concretos de personas en el momento preciso y con el mensaje adecuado.

Madrid - 06 may 2015: A partir de ahora, los clientes de las soluciones de marketing en Cloud de IBM pueden ahora aprovechar las potentes capacidades de Facebook, como, Públicos Personalizados, y las amplias funcionalidades de analítica y diseño de IBM para obtener un conocimiento más profundo sobre los intereses, opiniones y expectativas de los usuarios sobre las marcas. Asimismo, la solución IBM Journey Designer facilita a las compañías crear experiencias personalizadas aprovechando todas las posibles vías de contacto con el cliente y, posteriormente, utilizar Journey Analytics para comprender cómo reaccionan durante cada interacción.

La combinación de las tecnologías de Facebook e IBM Journey Analytics permite a las empresas identificar de forma más exacta cuáles de sus clientes están entre los 1.440 millones de usuarios activos de Facebook y analizar las correlaciones entre sus intereses e interacciones a través de distintos canales. Toda esta información puede luego utilizarse a través de la solución IBM Journey Designer para poner en marcha campañas más eficaces en Facebook o en cualquier otro medio o plataforma.

Este acuerdo supone que Facebook se convierte en la primera compañía en unirse al recién creado IBM Commerce THINKLab, un entorno de investigación y colaboración donde las compañías trabajan directamente con las marcas para acelerar el desarrollo de nuevas tecnologías diseñadas para personalizar la experiencia con el cliente. Los investigadores de IBM, los expertos de Facebook y otros especialistas como diseñadores y socios de otras áreas estarán disponibles para trabajar codo con codo junto a los clientes para identificar áreas de necesidad y trabajar en nuevas soluciones.

IBM aplicará potentes soluciones analíticas para combinar las estadísticas anónimas que Facebook tiene sobre sus audiencias, con la que los profesionales del marketing podrán tener una imagen muy clara de su público objetivo. Estos profesionales podrán incluso replicar campañas probadas en Facebook a otros canales, como tiendas físicas, páginas web, y a través de aplicaciones móviles llegar a los usuarios por la vía que ellos prefieran.

Por ejemplo, una empresa que quiera lanzar una nueva línea de ropa deportiva de “running” puede usar la solución Públicos Personalizados de Facebook para segmentar a sus clientes interesados en correr largas distancias. Una vez identificados, pueden ver sus preferencias y, basándose en su

ubicación e incluso el tipo de clima en el que suelen entrenar, hacerles recomendaciones o enviarles ofertas.

Facebook se incorpora al IBM Commerce THINKLab

Facebook entra a formar parte de la exclusiva metodología de THINKLab, que pretende acelerar el desarrollo de innovadoras soluciones que ayuden a responder a las necesidades de los clientes, como la optimización de precios o analítica de inventarios, y ponerlas en marcha rápidamente para mejorar la experiencia de los clientes.

Los equipos que integran este entorno, trabajan conjuntamente para analizar datos, llevar a cabo investigaciones sobre usuarios, desarrollar nuevas prácticas y probarlas en el mercado. El hecho de disponer de un retorno real e inmediato sobre la respuesta del mercado les permite explorar y combinar nuevas tecnologías para desarrollar una única solución integrada que responda a las específicas necesidades de los clientes y aporte un valor inmediato al negocio.

IBM Commerce ayuda a más de 35.000 empresas en todo el mundo a desarrollar experiencias personalizadas a través de cada canal de contacto con el cliente para mejorar la fidelidad a la marca y mejorar la experiencia y confianza de los clientes. La oferta de IBM Commerce responde a una inversión de más de 24.000 millones de dólares en analítica, el conocimiento de más de 8.000 consultores y más de 100 ofertas SaaS que integran las capacidades de investigación, analítica, seguridad y Cloud de IBM. IBM actualmente tiene 1.500 patentes activas relacionadas con el área de Commerce para fomentar la innovación en este campo.

Para más información sobre IBM Commerce consultar esta web.

Para unirte a la conversación, sigue facebook.com/IBM. Facebook® es una marca registrada de Facebook Inc.

Datos de contacto:
IBM

Nota de prensa publicada en:

Categorías: Marketing E-Commerce

NotasdePrensa
https://www.notasdeprensa.es