

NGDATA dévoile Lily 3.0 ; Offre des expériences de meilleure qualité et plus personnalisées aux clients

Une solution Big Data entièrement automatisée crée un ADN client intelligent pour un ciblage plus efficace

Gand, Belgique – New York City, le 13 mai 2014 – [NGDATA](#)[™], l'entreprise spécialisée dans les solutions de gestion de l'expérience client, a annoncé aujourd'hui le lancement de Lily Enterprise 3.0. La dernière version du logiciel permet aux entreprises d'offrir des expériences plus personnalisées aux clients en analysant de gros volumes de données et en développant en temps réel un ADN client Lily individuel.

Lily apprend des interactions clients pour élaborer des profils ADN client détaillés qui apportent un éclairage précieux et interactif sur les traits de personnalité et le comportement des clients. Lily complète et renforce des solutions d'entrepôt de données et de Business Intelligence (BI) traditionnelles qui opèrent sur des données de lot. Le logiciel permet aux entreprises d'établir une transition d'un marketing sectoriel statique et rapidement dépassé vers un set de clients dynamique et actualisé en permanence pour définir, suivre et cibler des clients individuels.

En connectant toutes les sources de données clients, Lily permet aux organisations de mieux contrôler la valeur, la loyauté et la propension à la résiliation des clients. Par conséquent, les utilisateurs peuvent prévoir le comportement réel ainsi que créer des offres et expériences personnalisées pour les clients.

Conversion des données en un ADN client interactif

Le moteur d'ADN client et d'apprentissage automatique de Lily décompose des silos de données pour acquérir une connaissance détaillée de toutes les interactions clients dans un seul et même endroit et permettre ainsi aux organisations d'améliorer :

- **Le délai de rentabilisation** — Obtenir et comprendre une image complète de vos clients en mois — image actualisée en permanence — en sachant ce qui les préoccupe et en comprenant la meilleure façon de les engager le plus efficacement.
- **L'impact et les résultats** — Créer une organisation sensible aux données en appliquant une analytique à un groupe d'utilisateurs plus large pour rendre vos données clients interactives et offrir plus rapidement des résultats.
- **La compréhension des clients** — Accéder à des milliers de paramètres prédéfinis pour chaque client — y compris un historique des interactions, un comportement de réponse, des préférences en termes de canaux, des intérêts, une valeur et loyauté, une utilisation des produits, une mesure du risque, etc. — combinés à des modèles spécifiques à l'industrie pour comprendre en temps réel les préférences de vos clients.

Lily permet aux entreprises de prêter une oreille plus attentive à toutes les interactions clients, d'apprendre plus rapidement de leur comportement et des informations contextuelles — en créant des perspectives interactives plus efficaces — et d'exécuter plus intelligemment pour

faciliter la soumission d'offres et d'un contenu de produits hautement ciblés. Par conséquent, les clients obtiennent des offres basées sur leurs préférences et besoins individuels, à la mesure du contexte, du temps et de l'endroit.

« Les organisations cherchent encore le moyen de regrouper toutes les données adéquates et de les convertir en une intelligence interactive au niveau du client individuel », a déclaré Evan Quinn, directeur de recherche, Enterprise Management Associates. « En combinant un apprentissage automatique sophistiqué et des approches de gestion des masses de données, Lily 3.0 permet aux organisations de comprendre réellement et en temps réel l'ADN de préférence de leurs clients. »

Des caractéristiques et avantages supplémentaires de Lily 3.0 sont notamment :

- **Gouvernance de données** — Crée un environnement de gestion cohérent des politiques et processus des organisations en matière de masses de données relatives aux clients.
- **Gestion et traitement fiables des données** — Soutient des modèles et algorithmes prédictifs en évolution constante, intégrés ou développés en dehors de Lily.
- **Intégration uniforme** — S'intègre dans et coexiste avec l'architecture de votre entreprise (CRM, CMS, BI et autres) pour permettre des déclenchements et alertes et améliorer les résultats.
- **Sensibilité aux données** — Ajoute facilement et dynamiquement des sources de données supplémentaires pour rendre l'ADN client plus intelligent.
- **Paramètres dynamiques** — Approfondit votre compréhension des clients en ajoutant des paramètres plus spécifiques aux activités.

« Les entreprises possèdent une multitude de données tirées de leurs interactions avec les clients et plus spécifiquement des réseaux sociaux, du Web, des appareils mobiles, des systèmes CRM, des campagnes de canaux, etc. Toutefois, les connaissances permettant d'entreprendre des actions pertinentes et opportunes sont limitées à un sous-ensemble de données disponibles », a déclaré Luc Burgelman, CEO de NGDATA. « Lily permet d'éliminer les processus d'intégration manuelle en connectant automatiquement toutes les sources de données clients pour fournir aux organisations les données dont elles ont besoin au moment où elles en ont besoin. Avec Lily, les entreprises convertissent des données brutes en informations précieuses et interactives qui leur permettent d'améliorer l'expérience client et d'accroître les opportunités de revenus. »

Le jeudi 15 mai à 18h00 CET, NGDATA organisera un webinaire intitulé « Rapprochez-vous de vos clients » qui examinera la meilleure façon d'utiliser des masses de données interactives pour obtenir une intelligence en temps réel. Veuillez cliquer [ici](#) pour vous inscrire.

Lily 3.0 sera généralement disponible lors du deuxième trimestre de 2014. Pour plus d'informations sur la tarification et sur la façon dont Lily peut être adapté à votre organisation, contactez-nous par e-mail à l'adresse info@ngdata.com.



À propos de NGDATA

NGDATATM est une société spécialisée en solutions de gestion de l'expérience client qui permet aux entreprises d'améliorer radicalement l'efficacité de leurs campagnes marketing, d'augmenter les ventes incitatives et de réduire le taux d'attrition. La société propose Lily Enterprise, qui permet aux entreprises d'être constamment à l'affût des interactions clients sur tous les canaux, tire les enseignements du comportement du client et répond à ces événements par des offres produits et contenus hautement ciblés, tout en établissant un ADN client intelligent. Lily est une combinaison unique de gestion interactive de gros volumes de données, d'apprentissage automatique, d'évaluation du comportement en temps réel et de capacités de segmentation en une solution intégrée unique. Établie à Gand, en Belgique, avec des bureaux à New York et San Francisco, NGDATA fournit des solutions aux secteurs basés sur les données, tels que les services financiers, les télécommunications et les médias/la publication. La société compte parmi ses clients AXA, Orange, De Persgroep et Telenet, entre autres.

Rendez-vous sur www.ngdata.com pour plus d'informations, suivez-nous sur Twitter [@ngdata_com](https://twitter.com/ngdata_com) ou rejoignez l'entreprise sur LinkedIn.

Contact médias :

Ina Suffeleers

Téléphone : 0495 59 02 32

E-mail : inas@ngdata.com