

NGDATA lanceert Lily 3.0 voor een betere, meer gepersonaliseerde klantenbeleving

Volledig geautomatiseerde big data-oplossing maakt intelligent klanten-DNA mogelijk voor een efficiëntere targeting

Gent, België – New York City – 13 mei 2014 – [NGDATA™](#), een bedrijf dat oplossingen ontwikkelt om de klantenbeleving te beheren, lanceerde vandaag Lily Enterprise 3.0. Met deze nieuwste softwareversie kunnen bedrijven voor een meer gepersonaliseerde klantenbeleving zorgen door big data te analyseren en het DNA van afzonderlijke klanten in real time te bepalen.

Aan de hand van klanteninteracties maakt Lily gedetailleerde DNA-profielen van klanten die diepe en bruikbare inzichten in de eigenschappen en het gedrag van klanten opleveren. Lily is een aanvulling op de traditionele oplossingen voor datawarehousing en business intelligence (BI) die met batchgegevens werken. Zo kunnen bedrijven de overstap maken van een statische, snel verouderde en op segmenten gebaseerde marketing naar dynamische, voortdurend bijgewerkte klantensets om afzonderlijke klanten te definiëren, te traceren en ze als doelgroep te gebruiken.

Lily verbindt alle klantgegevensbronnen met elkaar; op die manier kunnen organisaties de *customer lifetime value* en de trouw en neiging tot verloop van klanten beter opvolgen. Daardoor kunnen de gebruikers feitelijk gedrag voorspellen en gepersonaliseerde aanbiedingen en belevingen maken voor klanten.

Gegevens omvormen tot bruikbaar klanten-DNA

De klanten-DNA- en leermachine van Lily breekt gegevenssilo's af en levert zo, op één plek, een beter inzicht in alle klanteninteracties op. Daardoor kunnen organisaties de volgende zaken verbeteren:

- **Time to Value** — Maak een volledig – en altijd up-to-date – beeld van uw klanten op enkele maanden tijd om te weten waar het bij hen om draait en hoe u hen het best aanpakt
- **Impact en resultaten** — Bouw een gegevensbewuste organisatie uit door analytics op een grotere groep gebruikers toe te passen, om uw klantgegevens bruikbaar te maken en sneller resultaat te boeken
- **Klanteninzicht** — Maak gebruik van duizenden vooraf bepaalde metrieken voor elke klant – zijn interactiegeschiedenis, responsgedrag, kanaalvoorkeuren, interesses, waarde en trouw, productgebruik, risicometingen en meer – in combinatie met sectorspecifieke modellen om de voorkeuren van uw klant in real time te begrijpen

Met Lily kunnen bedrijven beter inspelen op alle klanteninteracties, sneller leren uit hun gedrag en contextuele informatie—met efficiëntere, bruikbare inzichten tot gevolg—en slimmer uitvoeren. Zo kunnen ze doelgerichte producten en inhoud aanbieden. Als resultaat krijgen klanten aanbiedingen op basis van hun individuele behoeften en voorkeuren, afgestemd op de context, tijd en locatie.

"Organisaties zijn nog altijd op zoek naar manieren om de juiste gegevens te verzamelen en die tot bruikbare informatie te verwerken, helemaal tot op het niveau van de afzonderlijke klant," aldus Evan Quinn, onderzoeksdirecteur bij Enterprise Management Associates. "Dankzij Lily 3.0, dat geavanceerde *machine learning* combineert met big data-management, kunnen organisaties de voorkeuren van hun klanten echt begrijpen, in real time."

Lily 3.0 biedt o.a. de volgende functies en voordelen:

- **Gegevensbeheer** — Zorgt voor een consequente beheeromgeving om voor de hele organisatie beleidslijnen en processen voor big data over klanten te beheren
- **Toekomstbestendig gegevensbeheer en -verwerking** — Ondersteunt evolutieve voorspellende modellen en algoritmen, binnen of buiten Lily
- **Naadloze integratie**— Integreert en werkt samen met uw bedrijfsarchitectuur (CRM, CMS, BI en meer), om triggers, alarmen en betere resultaten mogelijk te maken
- **Gegevensbewustzijn:** hiermee kunt u gemakkelijk en dynamisch extra gegevensbronnen toevoegen om het klanten-DNA gaandeweg slimmer te maken
- **Dynamische metrieke:** verdiep uw inzicht in uw klanten door meer bedrijfsspecifieke metrieke toe te voegen

"Bedrijven halen zoveel gegevens uit hun interacties met klanten—via sociale media, internet, mobiele toepassingen, CRM-systemen, kanaalcampagnes en nog veel meer—terwijl het nodige inzicht voor relevante en stipte acties beperkt blijft tot een deelverzameling beschikbare gegevens," aldus Luc Burgelman, CEO van NGDATA. "Lily maakt komaf met manuele integratieprocessen door alle klantgegevensbronnen automatisch met elkaar te verbinden, zodat organisaties over de gegevens kunnen beschikken die ze nodig hebben en wanneer ze die nodig hebben. Met Lily kunnen bedrijven ruwe gegevens verwerken tot waardevolle en bruikbare informatie. Zo kunnen ze dan de klantenbeleving verbeteren en meer inkomstenopportunities scheppen."

Op donderdag 15 mei om 18h00 CET organiseert NGDATA "Get Closer to Your Customers", een webinar waarin wordt onderzocht hoe men interactieve big data kan gebruiken om inzichten in real time op te doen. [Klik hier](#) om u in te schrijven.

Lily 3.0 zal beschikbaar zijn in het tweede kwartaal van 2014. Mail naar info@ngdata.com voor meer informatie over de prijzen en hoe Lily in uw organisatie past.

Over NGDATA

NGDATA™ ontwikkelt Customer Experience beheeroplossingen die ondernemingen de instrumenten biedt om de doeltreffendheid van hun marketingcampagnes radicaal te verhogen, beter te upsellen en het klantenverloop te verminderen. De onderneming biedt Lily Enterprise aan, een oplossing die continu luistert naar de interacties met klanten over alle kanalen heen, sneller leert uit het gedrag van klanten en daarop inspeelt met zeer gerichte aanbiedingen en content. Tegelijkertijd wordt dan een intelligent klanten-DNA samengesteld. Lily is een unieke combinatie van interactief Big Data Management, Machine Learning, real time Behavioral Scoring



en segmentatie in één enkele geïntegreerde oplossing. Met zijn hoofdzetel in Gent en kantoren in New York en San Francisco levert NGDATA oplossingen voor data-driven sectoren zoals de financiële dienstverlening, telecom en media/publishing. Enkele klanten: AXA, Orange, De Persgroep en Telenet, en nog vele andere.

Voor meer informatie, bezoek www.ngdata.com of volg ons op Twitter [@ngdata_com](https://twitter.com/ngdata_com) of verbind u met ons bedrijf op LinkedIn.

####

Perscontact:

Ina Suffeleers

Tel : 0495 59 02 32

E-mail : inas@ngdata.com