

Solução preditiva para transformar o seu negócio, centrando-o no cliente



Uma solução ‘customer centric’

A solução PSE Customer Management é um método de negócio estruturado para medir, gerir e otimizar a performance dos seus clientes e focar neles a atenção da sua empresa.

É um caminho que se faz caminhando.

Será que está preparado para esta mudança ?

Antes de iniciar a caminhada, avalie o estado da sua empresa através do estudo ‘Customer Focus Assessment’.

A PSE, através de um inquérito web a todos os elementos da sua empresa, far-lhe-á o ponto de situação e avaliará a prioridades dos seguintes itens:

- Compromisso da sua gestão
- Compromisso dos empregados
- Métodos e comunicação
- Logística de contactos
- Informação de clientes; e
- Sistemas

Conhecemos o ponto de partida e desta forma mediremos o progresso. Procuraremos maximizar o retorno dos investimentos, cumprindo as métricas estabelecidas para cada etapa do trajeco.

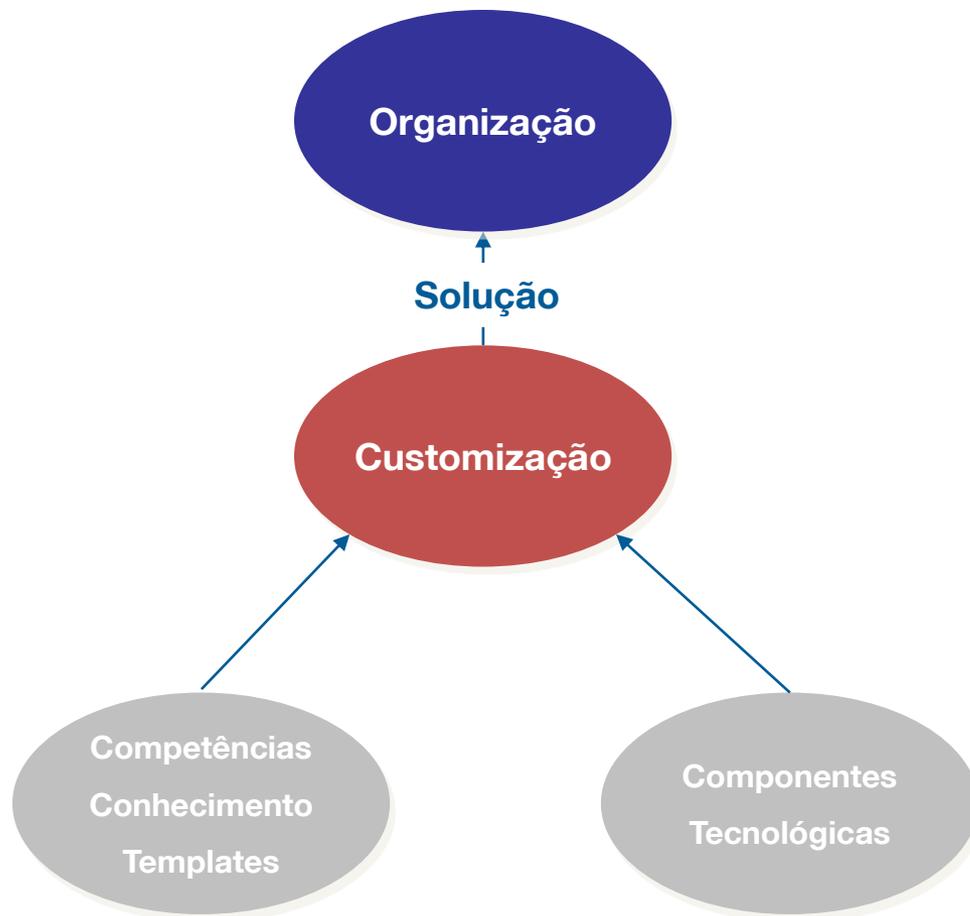


Uma solução personalizada

A experiência da PSE, a qualidade da tecnologia IBM business analytics e a metodologia de projecto testada no terreno desde 1994, permitem-nos desenhar em conjunto consigo a SUA solução com recurso a:

- Templates analíticos para aceleração processual;
- Integração com os seus sistemas operacionais de relação com os clientes e com outros processos analíticos e de reporting já existentes na empresa.
- Expansão da solução a todos os pontos de contato em que uma decisão relativa a clientes seja tomada.

Caminharemos juntos mas em trajetos exclusivos que lhe permitam ganhar vantagens comparativas e otimizar as especificidades do seu negócio e da sua organização.



Uma solução modular

A solução PSE Customer Management cresce com o seu negócio e adapta-se aos seus objetivos.

Fase 1

Desenvolva atividades de marketing orientadas em função do valor atual e potencial dos seus clientes – estratégias de retenção, cross e up-sell e de aquisição de novos clientes de elevado valor.

Fase 2

Otimização das suas campanhas comerciais, visando a maximização do lucro entre campanhas. Prever necessidades, preferências e riscos de clientes individuais.

Fase 3

Real Time Marketing – transformar cada interação numa oportunidade de criação de valor.

Objetivo final

Fazer para cada cliente a oferta certa, no momento certo e pelo canal certo.

