



Vodafone Qatar

借助 IBM Commerce 解决方案将线下市场
营销收入提高 3 倍

概述

需求

赢得卡塔尔 34% 的移动市场份额后，Vodafone 希望通过培养其客户的忠诚度来提高每位用户带来的平均收入——但是如何建立更紧密的客户关系？

解决方案

Vodafone 集成了所有渠道的数据来建立其客户的全方位视图，使它能够调整其集客营销/推播营销方法，并为每位客户提供相关的促销信息。

收益

Vodafone 使用量身订造的营销活动带来的客户转换率是以前的 3 倍——鼓励忠诚客户，刺激客户反复交易，并将线下市场营销收入提高了 3 倍。

Vodafone Qatar 于 2008 年作为 Vodafone Group 的分公司成立，总部位于卡塔尔多哈，是一家全面的通信服务提供商。该公司有 500 多名员工，通过移动通信服务为卡塔尔 34% 的人口提供服务，年收入约合 5.27 亿美元。

忠诚客户带来的增值

赢得卡塔尔移动通信市场 34% 的份额后，Vodafone 希望通过培养客户忠诚度来提高每位用户的平均花费 (ARPU)。由于它的许多客户都拥有多张 SIM 卡，所以该公司寻求通过在恰当的时机为每位客户提供最佳的服务来从竞争对手中脱颖而出。

Vodafone 的洞察和 CVM 营销主管 George Bourazanis 解释道：“卡塔尔很高的 SIM 卡渗透水平使通信业成为一个竞争激烈的市场，尤其是在预付费领域。例如，客户可能拥有两部或多部装有多个不同供应商 SIM 卡的手机，而且会时常比较营销信息上的交易来决定对哪张 SIM 卡充值。”

“IBM 团队不仅与其他供应商紧密合作，将新解决方案与我们的后台系统相集成，他们还在解决方案上线后提供了宝贵的支持，” Vodafone 的洞察和 CVM 营销主管 George Bourazanis 说。



解决方案组件

软件

- IBM® Campaign
- IBM Cognos® Business Intelligence
- IBM Contact Optimization
- IBM Interact
- IBM Marketing Operations

服务

- IBM Global Business Services®

George Bourazanis 继续道：“为了在卡塔尔的通信行业中脱颖而出，仅仅赢得客户是不够的 - 企业必须通过与客户个人需求相关的服务和促销来培养他们的忠诚度，否则就会面临将机会留给竞争对手的风险。”

建立一对一的关系

他补充道：“我们服务的客户群具有各种各样的语言、年龄和文化背景，每个细分群体都有独特的偏好。一位联系其远在埃及的家人的年轻专业人士在一天中使用电话的时段可能与家人远在菲律宾的客户不同。同样，来自英国的侨民可能希望使用英语与我们的联系中心人员交谈，而其他客户更喜欢使用阿拉伯语或塔加拉族语。

“以前，我们使用多个不同的系统来开展集客营销和推播营销活动，这让我们很难识别各个客户的需求并提供量身订造的消息。并且还增加了在不当时机联系客户的风险——例如，通过我们的客户服务团队向拥有不定期客票的客户发送移动数据特价促销信息。为了解决这些挑战，我们决定构建一种统一的营销方法。”

构建统一的营销解决方案

为了实现其目标，Vodafone 寻求一个让它能够根据其客户、客户偏好和客户与 Vodafone 近期交互的单一视图来构建和管理营销活动的解决方案。

George Bourazanis 评价道：“像许多领先品牌一样，Vodafone 致力于提供无缝的全渠道客户体验。我们看到 IBM Commerce 解决方案提供了丰富的营销活动管理功能、高级分析和简单实用性的最佳组合，能够满足我们的需要。”

使用 IBM® Campaign，Vodafone 的营销团队能够利用基于事件的触发器（例如一位客户充值或一张 SIM 卡的余额超过某个阈值）来建立及时且富有吸引力的营销活动。IBM Marketing Operations 软件使该公司能够整理以前各个营销活动的材料，缩短新服务的上市准备时间，并确保品牌和宣传的一致性。

准备好发布新的营销活动时，IBM Interact 软件会将最相关的消息发送给每位客户。根据客户的联系偏好和与该品牌的最新交互，IBM Contact Optimization 软件可确定 Vodafone 联系客户的合适渠道——帮助确保所有消息都深受客户的欢迎。在营销活动结束时，Vodafone 可使用 IBM Cognos® Business Intelligence 仪表板可视化活动的效果，获得可操作的洞察来完善其未来的营销活动。

“IBM Commerce 解决方案正在帮助我们培养客户的忠诚度，鼓励转换和提高每位用户的平均收入。”

—Vodafone Qatar 的洞察和 CVM 营销主管
George Bourazanis

强大的合作关系

为了积极着手部署其 IBM 解决方案，Vodafone 接受了 IBM 全球企业咨询服务部®的专家指导。

“从我们个性化营销项目的一开始，IBM 全球企业咨询服务部团队就证明了他们对该项目获得成功的有力承诺，”George Bourazanis 回想道。“IBM 团队不仅与其他供应商紧密合作，将新解决方案与我们的后台系统相集成，他们还在解决方案上线后提供了宝贵的支持。在前 6 个月中，IBM 全球企业咨询服务部团队帮助我们设计和优化了我们的营销活动，为高级业务用户举行了知识传授课程。”

培养客户忠诚度，提高每用户收入

有了 IBM Commerce 解决方案推动其市场营销战略，Vodafone 正在实现其培养客户忠诚度和提高每用户收入的目标。

“得益于 IBM 解决方案，我们获得了每位客户的一致视图——无论他们在线、在店铺内、通过手机还是通过任何渠道组合与我们交互，”George Bourazanis 说。“我们现在拥有客户的全方位视图，这使 Vodafone Qatar 成为 Vodafone Group 内第一家拥有真正全渠道能力的自营公司。

“更深入的个人偏好洞察使我们能够在恰当的时机分享高度个性化的营销信息，以抓住销售机会。例如，当一位预付费客户充值时，我们可以立即发送量身订造的产品和奖励，比如长途话费折扣或移动数据计划折扣。同样，如果我们看到一位客户的余额将要用完，我们可以提供再次充值奖励，这无疑提高了我们的竞争力。

“我们最近对比了以前的市场营销方法与新战略，发现它推动追加销售和交叉销售转换的效率是以前的 3 倍。这一成功体现在公司的利润上；我们将线下市场营销收入提高了 3 倍。而且基于我们目前的卓越表现，我们预计线下收入在近期会出现大幅增长，这可是一笔重大的财务收益。”

他总结道：“IBM Commerce 解决方案正在使我们能够基于个性化的营销来与客户建立更紧密的联系 — 帮助培养客户忠诚度，鼓励转换和提高每位用户的平均收入。”

更多信息

要了解 IBM Commerce 解决方案的更多信息，请联系您的 IBM 销售代表或 IBM 业务合作伙伴，或者访问以下网站：

<http://www.ibm.com/commerce/cn-zh/>

800-810-1818 转 2400（座机）

400-810-1818 转 2400（手机）



© 版权所有 IBM Corporation 2015

IBM Qatar SSC
Level 14, Commercial Bank Plaza, West Bay
P.O.Box 27111
Doha, Qatar

2015 年 4 月在卡
塔尔印刷

IBM、IBM 徽标、ibm.com、Cognos 和 Global Business Services 是国际商业机器公司在全球许多司法管辖区的商标或注册商标。其他产品和服务名称可能是 IBM 或其他公司的商标。关于 IBM 商标的最新列表，请访问 www.ibm.com/legal/copytrade.shtml 的“Copyright and trademark information”部分。

本文包含截至出版之日的最新信息，IBM 可能随时更改这些信息。不是所有产品都可用于 IBM 运营的每个国家/地区。

所引用的客户示例仅供参考。实际的性能结果可能会有所不同，具体取决于特定的配置和操作条件。本文中的信息“按原样”提供，不含任何明示或暗示的担保，包括但不限于适销性，特定用途的适用性，以及有关非侵权性的任何担保或条件。IBM 产品的担保依据的是它们所遵循的协议中的条款和条件。



请回收利用