

## **IBM presenta nuove funzionalità cognitive per aiutare le aziende ad ottimizzare il customer engagement e le performance di business**

**Milano - 17 dic 2015:** IBM (NYSE:IBM) ha annunciato oggi l'introduzione di nuove funzionalità in ambito Commerce per aiutare le aziende che vendono online a raccogliere più facilmente gli insights necessari a valutare le performance relative ai prodotti, al fine di ottimizzare e velocizzare le decisioni commerciali. Sfruttando le funzionalità cognitive di Watson Analytics, IBM Commerce Insights offre ai professionisti una panoramica in tempo reale sui comportamenti dei clienti e sui fattori di mercato con maggiore impatto di vendita, per identificare in modo proattivo opportunità e ostacoli e prendere decisioni migliori al fine di aumentare le vendite e ottimizzare il business. Nell'era degli "empowered consumer", le esigenze e le preferenze degli utenti sono in costante cambiamento, orientate da eventi previsti come i periodi di vacanza o cambi di stagione, ma anche imprevisi come cambiamenti improvvisi del tempo o dei prezzi dei competitor, o nuovi trend emergenti. Molti rivenditori o commercianti online, però, prendono decisioni sulla base di intuizioni o esperienze passate anziché da dati e analisi in tempo reale.

IBM Commerce Insights offre ai rivenditori, ai product manager e ai commercianti online una vista d'insieme sui comportamenti dei clienti, sul mercato e sulle performance commerciali direttamente integrate nella piattaforma del proprio negozio virtuale: la stessa utilizzata dai clienti alla ricerca di potenziali acquisti. Combinando i dati così ricavati dal monitoraggio del negozio, e' possibile rendersi conto del modo in cui le categorie di prodotto e gli articoli sono presentati agli acquirenti, identificando rapidamente i punti più deboli e isolandone le cause al fine di intervenire per mantenere un adeguato livello di vendite e di fedeltà dei clienti.

Commerce Insights utilizza, inoltre, la potenza di Watson Analytics, che interagendo in lingua naturale consente di utilizzare le parole comunemente usate per esplorare i trend nei propri dati, determinare le azioni più idonee e agire tempestivamente per migliorare le prestazioni dei propri negozi online. Queste nuove funzionalità cognitive modificheranno radicalmente le modalità con cui rivenditori, product manager e commercianti online ottengono insights, agiscono e raggiungono i risultati desiderati.

Ad esempio, un rivenditore online del settore fitness lancia una nuova linea di abbigliamento tecnico, e si rende presto conto che le vendite sono inferiori alle aspettative. Come parte della valutazione il rivenditore chiede a Watson Analytics maggiori dettagli sulle prestazioni, e scopre che pur essendo elevato ed eccedendo le aspettative, il traffico mobile sulla nuova linea è tuttavia circoscritto ad aree geografiche limitate. Integrandolo queste informazioni, Commerce Insights consente al commerciante di organizzare immediatamente una promozione che offre il 10% di sconto sull'abbigliamento tecnico per i clienti mobile nelle aree geografiche con le prestazioni più basse, che si traduce velocemente in un aumento di conversioni e vendite.

*"In Carhartt, i nostri planner e rivenditori on line sono esperti nelle diverse categorie di prodotti che vendiamo, ma si trovano spesso coinvolti nella gestione di attività ordinarie e a volte non sono in grado di reagire*

*tempestivamente alle opportunità che si presentano sul mercato. Siamo entusiasti della scelta di IBM di integrare e applicare le funzionalità cognitive di Watson in eCommerce" afferma Anna Cole, Senior Manager of Operations and Merchandising di Carhartt. "D'ora in poi i nostri esperti potranno monitorare in tempo reale direttamente su Carhartt.com. le modalità con cui i fattori di mercato influenzano i clienti, le vendite e l'inventario. Poi, usando le proprie parole, potranno visualizzare ed esplorare rapidamente i trend potenziali ricavabili dai dati, in modo da generare risposte immediate e capitalizzare sulle opportunità".*

*"Nel mondo di oggi, governato dai dati, i team devono rimanere costantemente in contatto con il cuore pulsante dei propri settori e mercati di riferimento, e devono avere in qualsiasi momento l'opportunità di valutare rapidamente le prestazioni e identificare nuove opportunità", spiega Deepak Advan, General Manager di IBM Commerce. "Grazie all'uso di nuovi strumenti cognitivi, le aziende possono comprendere più a fondo le proprie performance, identificare modelli e stabilire quel tipo di connessioni fortuite e impreviste che spesso si rivelano vincenti per portare ai clienti le esperienze giuste al momento giusto, indipendentemente dalle loro aspettative."*

### **IBM Commerce**

IBM Commerce aiuta le aziende a comprendere meglio i comportamenti dei propri clienti, e integrare le analisi per offrire esperienze altamente personalizzate e significative in tutti i punti di contatto. Per ulteriori informazioni su IBM Commerce Insights fare clic [qui](#).

Per ulteriori dettagli su IBM Commerce Insights [qui](#).

Per ulteriori informazioni su Watson Analytics [qui](#).

---

<https://it.newsroom.ibm.com/2015-12-17-IBM-presenta-nuove-funzionalita-cognitive-per-aiutare-le-aziende-ad-ottimizzare-il-customer-engagement-e-le-performance-di-business>