

# HIPER-RELEVANCIA

LA PRÓXIMA GENERACIÓN DE LA PERSONALIZACIÓN

**73% DE LOS CEOs** reconocen la necesidad de productos, servicios y experiencias más significativas para sus clientes. Cambiar las expectativas de sus clientes es lo que los impulsa hacia la hiper-relevancia.

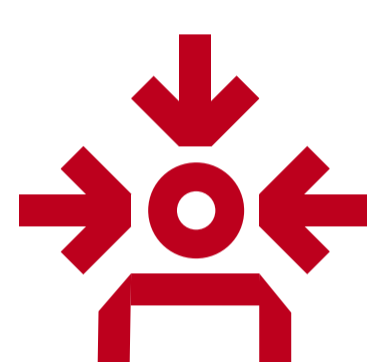


**55% DE LOS CONSUMIDORES ARGENTINOS** dejó de relacionarse con una empresa particular en el 2017, por la falta de personalización y una mala experiencia del consumidor.



**54% DE LOS CONSUMIDORES ARGENTINOS** espera recibir de las empresas un tratamiento especial por ser un buen cliente.

## BIENVENIDA, HIPER-RELEVANCIA



La personalización, diseñada alrededor de aspectos constantes de la vida de los consumidores (patrones de compra o datos demográficos), tiene sus límites. A medida que las expectativas de los clientes evolucionan, también deben hacerlo las experiencias que les brindan las empresas.



La hiper-relevancia permite a las empresas adaptarse a la falta de "constantes" y a las circunstancias cambiantes en la vida de los consumidores.

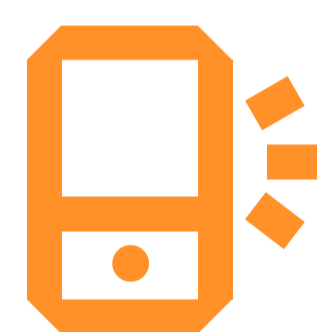
### TECNOLOGÍAS QUE CONTRIBUYEN A LA HIPER-RELEVANCIA:



Inteligencia Artificial



Análisis Predictivo



Asistentes Digitales

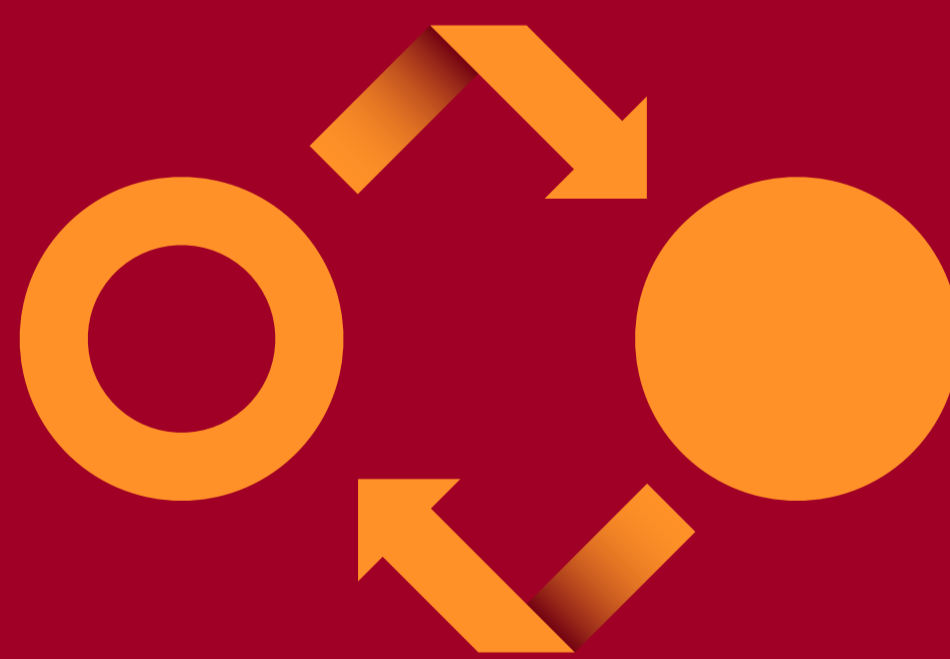


**30% DE LOS CONSUMIDORES ARGENTINOS** utiliza asistentes digitales (sistemas de reconocimiento de voz), pero todavía requieren de la interacción humana.

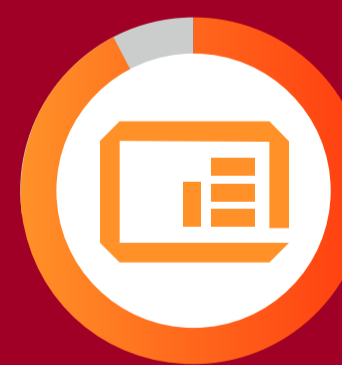
## LAS DOS CARAS DE LA HIPER-RELEVANCIA

La hiper-relevancia y la confianza están entrelazadas.

Más del 21% de los consumidores argentinos esperan que las empresas sepan más sobre sus gustos y preferencias. Globalmente, dos tercios de los consumidores están dispuestos a compartir sus datos personales si confían en las empresas y obtienen algo a cambio.



**90% DE LOS CONSUMIDORES ARGENTINOS** cree que es importante que las empresas protejan la privacidad de los datos.



**93% DE LOS CONSUMIDORES ARGENTINOS** considera que una fuente primordial de frustración es no poder confiar sus datos personales a una empresa.

### LOS LÍDERES QUE LOGRAN CAPTURAR EL VALOR DE LA HIPER-RELEVANCIA CON ÉXITO, REALIZAN 3 COSAS:

**01**

**Ven más allá de la experiencia del consumidor tradicional:** identifican y priorizan las áreas en las que la hiper-relevancia puede aportar valor agregado y sorprender al cliente.

**02**

**Repiensan los datos:** invierten en la seguridad de los datos y el análisis predictivo, colaboran con un ecosistema para capturar necesidades de los consumidores en tiempo real y extraen datos para brindar experiencias más personalizadas.

**03**

**Ganan la confianza de sus consumidores continuamente:** eliminan todo aquello que pone en peligro la confianza. Hacen que la confianza digital sea sostenible, estableciendo una estructura rigurosa de procesos y gobierno.