

# Představení Accenture Song (Radek Dráb Accenture Song Central Europe Lead)

## Video Transcript

### Intro

Úspěch firem dnes závisí na tom, jak moc relevantní dokážou být pro své zákazníky. Jenže jejich potřeby a očekávání se mění stále rychleji. Co fungovalo včera v mnoha ohledech dnes už neplatí. Je tedy třeba být neustále v kontaktu s aktuální realitou toho, co se na trhu děje. Firmy, které se dokáží přizpůsobit, vykazují vyšší růst i tržní podíl. No a ty, které to nedokáží, dnes naopak ztrácejí. Tím, co tyto dva tábory rozděluje, je právě relevance u zákazníků.

Jsem Radek Dráb ze společnosti Accenture a ukážu vám, jak může jedinečná kombinace kreativity, dat a technologií – sdružená pod hlavičkou divize Accenture Song - podpořit i váš růst.

### Úvod

Reagovat na zákaznická očekávání jen prostřednictvím marketingu dnes už nestačí. Lídři ve svých oborech, jako jsou například Amazon nebo Netflix, namísto toho prokazují hlubší porozumění zákaznickým potřebám. Dokáží na ně reagovat v reálném čase, a to ve všech oblastech, které v jejich firmě mají co dočinění se zákazníkem. Tedy v celé šíři front office - od produktových inovací, přes transformaci jejich marketingu, po prodej a služby.

Jenže co když váš front office nedokáže

správně a efektivně adresovat zákaznická očekávání? Řešení nabízí naše divize Accenture Song. Ta se zaměřuje na zlepšování zákaznických interakcí a zážitků. Zjednodušeně řečeno - díky kombinaci kreativity, marketingu, technologií a strategického poradenství, společně s napojením na další služby Accenture, pochopíme zákazníka a pomůžeme firmě k tomu, aby pro něj byla relevantní. A to v oblastech produktového designu a inovací, marketingových služeb, prodeje a zákaznického servisu.

Na rozdíl od tradičních marketingových nebo inovačních agentur jsme schopni v Accenture Song celou zákaznickou agendu řešit komplexněji a také ji napojit na větší transformační projekty - včetně nastavení obchodních modelů a vyladění technologické infrastruktury.

### Příklad

Accenture Song vám pomůže například v situaci, kdy chcete zvýšit digitální prodeje, zohlednit to, že lidé hojně využívají nové online platformy nebo zlepšit efektivitu marketingových investic... Co si pod tím představit?

Konkrétním příkladem dopadu, který klientům přinášíme, může být například predefinování tradiční „kamenné“ bankovní zkušenosti u jedné asijské banky. Té jsme pomohli s její transformací na plně digitální model. Naše práce zde zahrnovala mimo jiné oblasti branding, komunikace a technologií.

Dalším příkladem může být transformace marketingového modelu pro globální automobilovou značku. Prostřednictvím našich digitálních, kreativních a zážitkových kompetencí jsme zajistili personalizovanou zákaznickou zkušenost. A to včetně dodání zákaznických insightů získaných s podporou umělé inteligence a zefektivnění produkce marketingových aktivit, které jsme pomohli automatizovat pro všechny trhy, kde automobilka působí.

### **Produktové inovace a marketingová transformace**

Jak už jsem popsal, zákaznickou agendu neboli front office stavíme na několika pilířích. Těmi jsou produktové inovace, marketingová transformace, prodej a komerce.

U inovací produktů a služeb chci zmínit 3 z našich nástrojů, se kterými dosahujeme u klientů z různých oborů dobrých výsledků. Program „Digitální firemní růst“ identifikuje nové zdroje hodnoty a buduje klientům interní kapacity pro inovace. Další program s názvem „Design a optimalizace zákaznické zkušenosti“ se zaměřuje na navrhování produktů a služeb. A nástroj „Digitální produktový management“ vytváří a optimalizuje digitální produkty – včetně jejich systémového řízení. S cílem zajistit škálování a přinášet trvalou hodnotu.

### **Marketingová transformace**

Dalším pilířem je „Marketingová transformace“, díky které identifikujeme rezervy ve vaší marketingové efektivitě a ušetřené prostředky dokážeme zpětně investovat do dalšího růstu. Celý program marketingové transformace nejprve nastaví smysl značky a následně hlídá, aby byl v souladu se zákaznickou zkušeností. Pak samozřejmě vytvoří výrazné kreativní kampaně. Tady ale naše práce nekončí.

Kreativní kampaně škálujeme na personalizovaný obsah, vyrobený pro různé trhy, kanály i formáty. A to rychleji a levněji, než to umí

tradiční marketingové agentury. Pro tento proces máme 150 kreativně-produkčních studií a 30 produkčních hubů po celém světě, takže můžeme využít úspor z rozsahu. No a v poslední části programu vyprodukovaný obsah přesně a relevantně doručujeme zákazníkům. S využitím vhodných technologických platforem a za podpory kampaňové automatizace.

### **Prodej a komerce**

Další oblastí, v níž firmám sladujeme jejich kapacity se zákaznickým očekáváním, je „Prodej a komerce“. Nástrojů zde máme více - ale chtěl bych se krátce zastavit u jednoho z nich, kterým je „Digital Sales Boost“. Jeho podstata spočívá v nalezení způsobu, jak efektivněji identifikovat cílové klienty a oslovit je v digitálním prostředí. Tedy prostřednictvím správného kanálu, ve správný čas a za pomoci chytrých nástrojů pro řízení kampaní jakou představuje například umělá inteligence.

Dochází tak k optimalizaci celého digitálního prodejního „trychtýře“. Od prvotního oslovení potenciálního zákazníka, přes jeho zaujetí relevantním sdělením až po finální konverzi v podobě nákupu. Naše zkušenosti z praxe ukazují, že lze dosáhnout až 60 procentního nárůstu množství leadů a až k 40 procentní úspoře nákladů na jejich získání. To vše při časové úspoře až 75 procent.

### **Hlavní cíl – relevance a růst**

Transformace front office, tedy kompletní zákaznické agendy či naše kreativní marketingové programy jsou jen prostředkem k hlavnímu cíli, který v Accenture Song sledujeme - a tím je dodávání relevance a růstu našim klientům. Pokud je to i vaším cílem, jsme s týmem Accenture Song připraveni vám pomoci.



**TEASER SHORT (6s):**

Zajímá vás, jak může jedinečná kombinace kreativity, dat a technologií podpořit i váš růst?

**TEASER LONG (20-35 s):**

Úspěch firem dnes závisí na tom, jak moc relevantní dokážou být pro své zákazníky a jak dobře porozumí jejich potřebám. V rámci Accenture Song vám pomůžeme najít díky kombinaci kreativity, dat a technologií cestu k hlavnímu cíli, kterým je dodávání relevance a růstu. A to v oblastech produktového designu a inovací, marketingových služeb, prodeje a zákaznického servisu.

Copyright © 2022 Accenture  
All rights reserved.

Accenture and its logo  
are registered trademarks  
of Accenture.