

[Communiqués de presse](#)

Amplify 2016: IBM met à la disposition de ses clients toute la puissance du Cognitif dans le domaine du Marketing et du Commerce

Paris - 18 mai 2016:

Dans ce monde où les business model des entreprises et encore plus les technologies sont en rupture, le challenge est le même : rester en contact avec le consommateur hyper connecté d'aujourd'hui.

Ce challenge peut être vu comme un véritable cauchemar ou à l'inverse, considéré comme la prochaine grande opportunité pour les entreprises. Elles sont obligées d'aller au-delà des prévisions, en identifiant et capitalisant sur des opportunités que d'autres entreprises ne voient pas.

Lors de la Conférence Amplify qui se déroule à Tampa, en Floride, IBM annonce de nouvelles capacités cognitives qui permettront aux professionnels du marketing, du merchandising ou encore les e-commerçants, de déverrouiller les connaissances cachées dans leurs bases de données clients pour concevoir et offrir la prochaine génération d'expérience client.

La technologie cognitive peut détecter, raisonner et apprendre avec le temps. Exploiter ces technologies cognitives permettra aux experts d'obtenir des conseils, des connaissances et des recommandations au moment où ils en ont besoin pour prendre de meilleures décisions tout au long de l'acte d'achat. Ces capacités marquent la dernière étape pour aider les marques à personnaliser les interactions avec chaque consommateur.

Lors de la Conférence Amplify, IBM annonce différentes collaborations :

IBM permet aux marques de vivre la nouvelle génération de l'expérience client

IBM annonce aujourd'hui un ensemble de solutions et fonctions étendues incluant les technologies cognitives qui permettent aux marques de délivrer une expérience client parfaite et pertinente. Avec cette offre, les professionnels du marketing, du merchandising ou encore e-commerçants pourront apprendre, prévoir et guider l'engagement des consommateurs à chaque étape de l'acte d'achat.

[Communiqué intégral \(US\)](#)

ING Direct Australia fait confiance à IBM pour engager les jeunes utilisateurs d'applications bancaires en ligne et mobile

IBM annonce également une collaboration avec ING Direct Australia pour attirer, engager et construire une fidélisation à la marque des jeunes utilisateurs digitaux d'aujourd'hui.

ING Direct accélère aujourd'hui son développement en délivrant des services bancaires en ligne et mobiles personnalisés aux clients, précisément lorsqu'ils en ont besoin, en utilisant les technologies IBM.

[Communiqué intégral \(US\)](#)

Standard Life délivre des services financiers pour répondre aux besoins uniques de 3.8 millions de clients anglais en collaboration avec IBM

IBM annonce sa collaboration avec Standard Life, une entreprise d'investissements de plus de 190 ans d'expérience, pour personnaliser ses services financiers pour chacun de ses 3.8 millions de clients en Grande-Bretagne.

En travaillant avec IBM, Standard Life apporte en temps réel les besoins de financement à sa vaste clientèle pour qu'elle planifie et investisse dans le futur.

[Communiqué intégral \(US\)](#)

IBM permet à Abof.com d'apporter des expériences personnalisées aux jeunes consommateurs

IBM annonce sa collaboration avec le portail de mode en ligne Abof.com pour fournir une expérience d'achat enrichie et personnalisée, ajustée aux jeunes consommateurs. Les solutions IBM offrent à Abof.com une plateforme évolutive, intégrant différentes options pour accélérer l'exécution des commandes et des fonctions innovantes pour engager les clients.

[Communiqué intégral \(US\)](#)
