

# HCL Technologies lance la plateforme X afin de promouvoir un engagement numérique de classe mondiale pour les marques internationales de produits de consommation

HCL Technologies (HCL), société technologique mondiale de premier plan, a lancé une plateforme d'engagement numérique de classe mondiale, baptisée X by HCL Technologies (X), qui permet aux marques de renforcer la fidélité des clients et d'améliorer les taux de conversion, grâce à un marketing omnicanal personnalisé. Les recherches démontrent que seulement 13 % des organisations disposent d'un ensemble marketing et technologique intégré, et que les marques recourent à de nombreuses sources de données différentes pour obtenir les points de vue des clients. La plateforme X de HCL Technologies résout ces difficultés en unissant de multiples points de contact numériques, notamment les sites Web, applications mobiles et diffusions sur les réseaux sociaux, afin d'aboutir à un point de vue unique du consommateur. Ceci permet aux acteurs marketing d'accéder à des points de vue fondés sur des données, afin de pouvoir optimiser l'expérience client et libérer le potentiel de leur marque.

Initialement créée pour soutenir les canaux d'engagement numérique rapidement croissants de Manchester United, cette plateforme primée est désormais disponible pour permettre à d'autres marques de conduire leur propre réussite en fournissant rapidement des communications et des contenus personnalisés. Le nombre de fans de Manchester United à travers le monde a augmenté grâce à la plateforme X, et le club a enregistré une multiplication par deux de l'engagement numérique avec les consommateurs via son site Web.

Parmi les principales fonctionnalités et capacités de la plateforme :

- **Édition** : Fourniture de contenus en plusieurs langues, gestion des médias riches, notifications et communications en temps réel, édition automatisée sur les appareils et réseaux sociaux, ainsi que recherche de publics et recommandations, permettent aux marques d'améliorer la fidélité des clients grâce à des contenus contextuels et localisés.
- **Engagement** : Les marques peuvent activer des campagnes complexes, ciblées et personnalisées, en plusieurs langues, afin d'engager et de fidéliser les publics de consommateurs, notamment via une ludification au travers de sondages et de questionnaires, la possibilité de mettre en place des programmes de fidélité et de récompenses, l'engagement social, la construction de relations, ou encore les diffusions en direct.
- **Conversion** : Vue à 360 degrés sur le client, réduction de la fragmentation des campagnes, analyses automatisées relatives aux comportements d'achat, ICP mesurables, gestion des promotions, et capacités d'intégration de commerce électronique permettent

aux marques d'offrir une expérience utilisateur fluide tout au long du parcours client.

« La plateforme X de HCL Technologies est une plateforme à guichet unique d'engagement numérique et d'édition destinée à l'une des plus grandes marques sportives au monde, et nous sommes heureux de la mettre plus largement à disposition du marché », a déclaré Ashish Kumar Gupta, directeur de la croissance, Europe et Afrique, Industries diversifiées, HCL Technologies. « L'objectif clé de la plateforme X consiste à créer un engagement réciproque, dans l'instant, qui amplifie la connexion entre les consommateurs et les marques, tout en faisant de ces utilisateurs des porte-voix. Au cours des quatre dernières années, l'expérience de Manchester United a démontré les avantages significatifs que les organisations peuvent tirer de la plateforme X pour promouvoir un engagement numérique de classe mondiale. Nous sommes impatients de permettre à d'autres acteurs marketing d'utiliser les capacités de nouvelle génération de notre plateforme pour améliorer la fidélité aux marques, et optimiser la croissance du chiffre d'affaires. »

« La possibilité de créer un dialogue numérique réciproque avec nos fans est essentielle pour développer notre marque auprès d'un plus large public mondial », a déclaré Phil Lynch, président-directeur général de la division Médias de Manchester United. « La plateforme créée pour nous par HCL s'est révélée constituer le fondement parfait sur la voie d'une croissance continue, en fournissant les renseignements dont le club et ses partenaires ont besoin pour délivrer des contenus significatifs et personnalisés, qui suscitent un réel engagement de nos fans. Les capacités que fournit la plateforme nous permettront de veiller à être correctement équipés pour continuer de créer des expériences de marque convaincantes pour nos fans, pour de nombreuses années à venir. »

« Anglo American a pour vocation de promouvoir un changement durable pour les communautés qui nous accueillent », a déclaré Zaheera Soomar, directrice mondiale de l'éducation chez Anglo American. « En direction de cet objectif, nous entendons veiller à ce que tous les enfants des communautés qui nous accueillent puissent accéder à une éducation de qualité, ainsi qu'à des opportunités de formation, afin qu'ils puissent exprimer leur véritable potentiel. X by HCL Technologies nous permet d'honorer cette promesse, en créant une plateforme d'engagement de classe mondiale entre l'élève et l'enseignant, pour la scolarité en maternelle, primaire, dans le secondaire et le post-secondaire en Afrique du Sud. Cette plateforme a été conçue sur mesure, pour soutenir les élèves des communautés disposant d'une connexion Internet limitée, en leur fournissant un accès à plus de 2 000 contenus et ressources d'apprentissage, de manière gratuite et subventionnée. X nous permet également d'établir un dialogue réciproque avec ces élèves, en nous rapprochant de nos communautés, ainsi qu'en nous permettant de soutenir davantage leur éducation et leur parcours d'acquisition de compétences. »

« Les expériences numériques d'aujourd'hui sont multisensorielles, et tiennent compte du contexte. Les recherches menées par IDC révèlent que plus de 46 % des organisations considèrent les programmes d'expérience client comme une priorité stratégique pour assurer la réussite à long terme de leur activité. En fin de compte, elles réalisent l'importance des contenus dans l'instauration d'une relation multicanale interactive avec le client », a déclaré Marci Maddox, responsable des stratégies d'expérience numérique chez IDC. « Les approches traditionnelles d'édition de contenus deviennent obsolètes, à l'heure où les plateformes d'engagement modernes fournissent aux organisations de multiples points d'entrée en direction du renforcement de la

relation avec leurs clients, ainsi que de l'exploitation des technologies pour automatiser et personnaliser les expériences numériques à grande échelle. »

Le texte du communiqué issu d'une traduction ne doit d'aucune manière être considéré comme officiel. La seule version du communiqué qui fasse foi est celle du communiqué dans sa langue d'origine. La traduction devra toujours être confrontée au texte source, qui fera jurisprudence.



Consultez la version source sur [businesswire.com](https://www.businesswire.com/news/home/20220531005513/fr/) :  
<https://www.businesswire.com/news/home/20220531005513/fr/>