

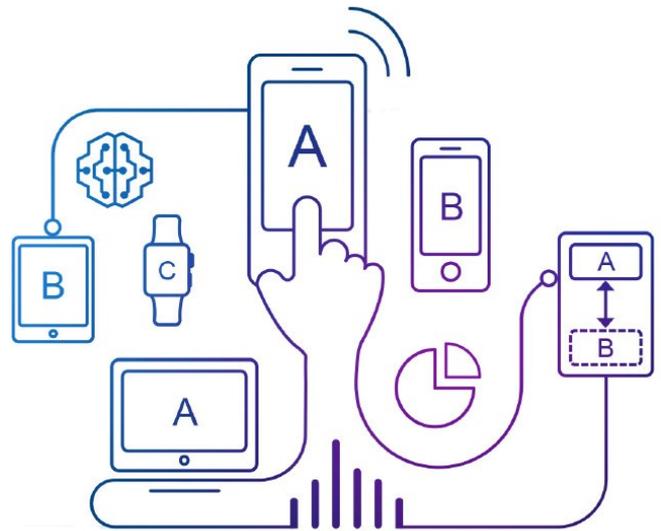




„Wir konnten die Erstellungszeit für unsere Kampagnen von sechs Wochen auf einen Tag reduzieren, gleichzeitig wurden unsere Conversions verzehnfacht.“ (ICA Banken)

## TESTEN UND LERNEN

Beim Start eines neuen Produktes oder Services möchten Sie sicherstellen, dass Ihr Marketing-Budget bestmöglich eingesetzt wird. Aber woher wissen Sie, dass Ihre Kampagne das volle Potenzial nutzt? Indem Sie rigoros die Effektivität jeder Komponente testen und im Detail herausfinden, welche Kombination aus Message und Kanal Ihre Conversion-Rate am meisten beeinflusst.



- Mit A/B-Tests ganz einfach den am besten performenden Content finden
- Entdecken Sie automatisch neue und konkrete Kundensegmente
- Optimieren Sie ihre Tests mit Artificial Intelligence
- Erhalten Sie intelligentes Reporting mit handlungsorientierten Erkenntnissen
- Untersuchen Sie mehrere Kombinationen aus Content und Kanal zur gleichen Zeit

## WIE SIE DAS MEISTE AUS IHREN DIGITALEN TOUCHPOINTS MACHEN



Ein umfassendes Set von einfach anzuwendenden, schnellen und flexiblen Tools stattet Sie mit allem aus, was Sie zum Verfeinern Ihrer Kampagnen benötigen. Ohne zu programmieren können Sie sofort loslegen, Messages, Angebote, Features, Kanäle und User Journeys zu testen sowie deren Interaktion miteinander zu untersuchen.



Dank integrierter Machine-Learning-Algorithmen, die im Hintergrund arbeiten, lernen Sie automatisch mehr über Ihre Kunden: Welchem Segment sie angehören, was ihre Vorlieben sind und wie Sie die Kunden mit maßgeschneiderten Marketing-Botschaften erreichen.



Bereits mit kleinen Stichproben können Sie schnelle Resultate erzielen, die unmittelbar verwendet werden können, um sicherzustellen, dass die richtigen Kunden zur richtigen Zeit erreicht werden – immer. Sie müssen nicht mehr raten, Sie wissen.

Der erste A/B-Test der Geschichte rettete Leben: 1747 behandelte ein Schiffsarzt die Matrosen unterschiedlich und notierte sämtliche Ergebnisse. Auf diesem Weg konnte er beweisen, dass Zitronensaft Skorbut vorbeugt.



„Das Abbilden der Customer Journey erlaubt Marketingmitarbeitern das Antizipieren von Kundenwünschen über alle Kanäle hinweg.“ (Michele Eggers)

## GUIDED ANALYTICS

Die Daten, die Sie über Ihre Kunden sammeln, sind eine sehr wertvolle Ressource. Sie sind allerdings nur wertvoll, wenn Sie es schaffen, die Daten zu analysieren um daraus einen detaillierten Einblick in die dahinterstehenden Personen zu erlangen. Mit einem umfassenden Verständnis über Ihre Kunden können Sie rasch Wissen über relevante Angebote, zielgerichtete Aktivitäten und einen cleveren Einsatz des Marketing-Budgets generieren.



- Sammeln Sie Website- und Appdaten über alle Besucher
- Profitieren Sie von analytischen Algorithmen für eine akkurate Marketing-Attribution
- Kreieren Sie eine Omnichannel-Kunden-Sicht
- Profitieren Sie von automatischen Reports, die aussagekräftige Insights liefern
- Ergänzen Sie die Daten um die Informationen, die für Ihr Geschäft spezifisch sind

## WIE SIE DIE WAHREN BEDÜRFNISSE IHRER KUNDEN VERSTEHEN



Eine einfache Zeile Code, die auf jeder Webseite gleich ist, ist alles, was Sie benötigen, um automatisch und dynamisch Daten über alle Kundenaktivitäten zu sammeln. Privatsphäre und Sicherheit werden strikt gehandhabt, sensible Daten werden mit Techniken nach Industrie-Standard behandelt.



Um ein umfassenderes und aussagekräftigeres Verständnis über Ihre Kunden zu erlangen, können Sie verschiedene On- und Offline-Quellen integrieren, z.B. Promotionsdaten oder demographische Informationen sowie Inputdaten von Ihrem Callcenter, CRM und POS. Dieses einheitliche Datenmodell zeigt Ihnen, was Ihre Kunden wirklich wollen.



Egal ob Sie Data Scientist sind oder nicht, die integrierten analytischen Guides interpretieren die Daten für jeden verständlich und ermöglichen somit echtes Predictive Marketing. Entdecken Sie wertvolle Insights, die Ihnen helfen, die Kundenbindungsrate zu erhöhen und die Abwanderungsrate zu senken, z.B. indem Sie lernen, warum Kunden ihren Einkaufskorb verwerfen.

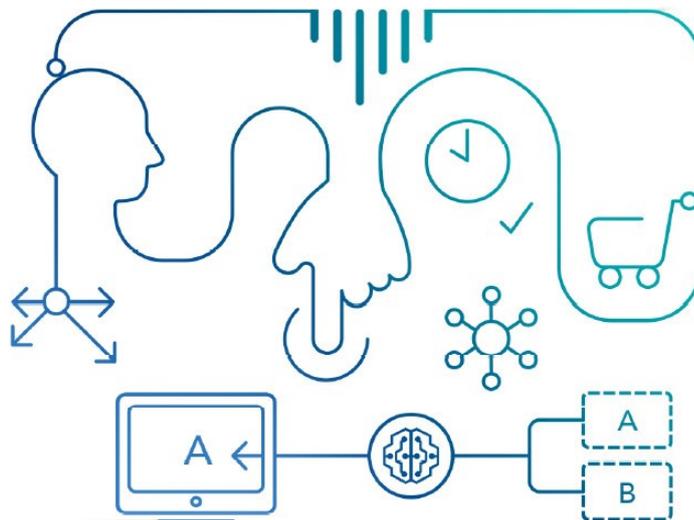
Sherlock Holmes sagte „Daten! Daten! Daten! Ich kann keine Ziegel ohne Lehm herstellen.“ Er wäre wohl erfreut darüber, dass 90% der Daten weltweit in den letzten zwei Jahren generiert wurden.



„Wir können tiefer in die Customer Journey eintauchen, als wir es in der Vergangenheit konnten.“ (1-800flower.com)

## CUSTOMER JOURNEY OPTIMIERUNG

Es ist nicht möglich vorauszusagen, wie der Kunde mit Ihnen interagiert. Er nutzt verschiedene Endgeräte und Kommunikationskanäle zu unterschiedlichsten Zeiten und Stationen in seinem Entscheidungsprozess. Dennoch erwartet er eine kontinuierliche und relevante Customer Experience während seiner Journey. Wie wäre es, wenn Sie ihn auf seinem Weg führen könnten und ihm dynamisch genau den Content zeigen könnten, den er sehen will?



- Visualisieren Sie die Pfade, die der Kunde auf Ihrer Website nimmt
- Unterteilen Sie graphisch die Aktivitäten, um die Customer Journey aufzuzeichnen und zu lenken
- Optimieren Sie die Inhalte für jeden Besucher auf Ihrer Website in Echtzeit
- Erstellen Sie passende Journeys für unterschiedliche Kundensegmente
- Tracken Sie das Kundenverhalten, um die Journeys selbst für anonyme Besucher zu optimieren

## WIE SIE IHRE KUNDEN DORTHIN LENKEN, WO SIE AUCH HIN MÖCHTEN



Egal ob der Kunde Sie besucht oder Sie ihn kontaktieren, egal ob er Hilfe sucht oder etwas kaufen möchte - kreieren Sie das Erlebnis nach seinen Wünschen. Sie können Journeys auf Basis von Segmenten, Kanälen oder gesammelten Daten erstellen und reduzieren damit die notwendigen Schritte des Kunden und lenken ihn schneller zu den für ihn relevanten Angeboten.



Erstellen Sie kurzerhand individuelle Journeys in einem intuitiven „Step-by-Step“-Interface, das Ihnen ermöglicht, Ihre eigenen Trigger und Events zu definieren. Auf diese Weise können Sie ihre Kommunikation in Echtzeit mit dynamischem Content an die Kundenbedürfnisse anpassen.



Activity Mapping ermöglicht es Ihnen, Kundenverhalten im Detail aufzuzeichnen. Währenddessen verdichtet Advanced Analytics die komplexen, multi-dimensionalen Pfade, die Ihre Kunden beschreiten in deskriptive Visualisierungen, die Ihnen die wichtigsten Conversion-Pfade auf einen Blick zeigen.

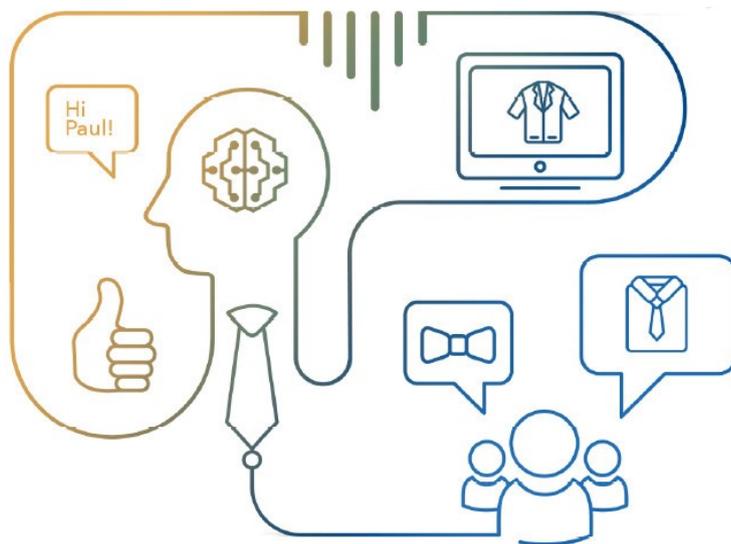
54% aller Online-Shopper verlassen eine Website ohne Kauf, weil sie nicht gefunden haben, wonach sie suchten – durch eine einzige schlechte Erfahrung kehrt ein Nutzer zu 88% nicht wieder.



„SAS ermöglicht Marketing-Verantwortlichen Wachstumsstrategien anzuwenden und mehr Umsatz zu erzielen.“ (Forrester Wave Customer Analytics Solutions, Q2 2018)

## PERSONALISIERUNG UND EMPFEHLUNGEN

Oft wissen Kunden gar nicht genau, wonach Sie suchen oder kennen das Produkt oder den Service nicht, der ihren Anforderungen perfekt entspricht. Mit der Analyse von Daten aus unterschiedlichen Quellen kann leistungsstarke künstliche Intelligenz einzigartigen Content und maßgeschneiderte Angebote anbieten, welche die Customer Experience verbessern, Aufmerksamkeit generieren und mehr Verkäufe ermöglichen.



- Erstellen Sie Empfehlungen auf Basis der Interessen ähnlicher Besucher
- Zeigen Sie Angebote basierend auf den Kundenwünschen und bereits betrachtetem Content
- Erstellen Sie Echtzeit-Empfehlungen auf Grundlage von Content, den Ihre Kunden aktuell betrachten
- Erstellen Sie eine relevante Customer Experience mit einer persönlichen Kommunikation
- Errichten Sie ihre eigenen Prognosemodelle

## WIE SIE MIT PERSONALISIERTEN EMPFEHLUNGEN DATEN IN WERTE VERWANDELN



Stärken Sie Ihr Marketingprogramm mit einer Auswahl an personalisierten Angeboten, indem Sie alle vorhandenen Daten über ihre Kunden nutzen. Sie können dynamisch Kundensegmente, individuelle Nutzer und sogar anonyme Besucher über deren Echtzeit-Verhalten ansprechen.



Komplexe Algorithmen erstellen treffende, relevante Empfehlungen indem sie die Wünsche ähnlicher Kunden vergleichen sowie analysieren, für welche Produkte sich ein Kunde interessiert. Diese hybride Filterung kollaborativer Inhalte kann schneller präzisere Resultate generieren.



Es ist eine Sache von Stunden, Ihr Empfehlungs-System aufzusetzen und zu starten. Anschließend können Sie den Kundenwünschen mit personalisierten Vorschlägen, Nachrichten und interaktiven Dialogen begegnen und damit die Kundenbindung, das Vertrauen und die Loyalität in Ihre Marke stärken.

Empfehlungs-Algorithmen wurden zunächst für Handels- und Medienunternehmen entwickelt, aber haben sich als so leistungsstark bewiesen, dass sie immer mehr in der Navigation, der Verkehrsüberwachung und der Luftfahrt eingesetzt werden.

## IN FÜNF SCHRITTEN ZUM ERFOLG

- 1** Vereinbaren Sie mit elanyo einen kostenlosen Beratungstermin. Wir diskutieren Ihre Anforderungen mit Ihnen und geben eine erste Einschätzung zur möglichen Umsetzung. Außerdem präsentieren wir Ihnen eine SAS Customer Intelligence 360 Demo.
- 2** Schließen Sie mit uns einen Nutzungsvertrag über SAS Customer Intelligence 360 sowie einen Expert Service Vertrag ab.
- 3** Gemeinsam mit Ihnen konzipieren wir erfolgversprechende Use Cases und priorisieren diese in einer agilen Umsetzungs-Roadmap. Wir können dabei auf bereits vorhandene Use Cases zurückgreifen oder erstellen ganz neue mit Ihnen.
- 4** Wir integrieren SAS Customer Intelligence 360 mit Ihrer Website oder App und setzen den ersten Use Case um.
- 5** Ihr Use Case geht live und kann sofort Geschäftserfolge generieren. Weitere Use Cases setzen wir entsprechend der agilen Roadmap sukzessive mit Ihnen um.

## JETZT MIT SAS® CUSTOMER INTELLIGENCE 360 STARTEN

Mit SAS Customer Intelligence 360 bieten Sie Ihren Kunden eine hochgradig personalisierte Customer Experience, die sich an deren individuellen Bedürfnissen in Echtzeit orientiert. Die agile Umsetzung ermöglicht Ihnen eine schnelle Erfolgskontrolle, frühzeitige Korrekturen und ein schlankes Vorgehensmodell.

Sprechen Sie uns an, gerne beantworten wir Ihre Fragen.



Florian Stompe  
*Geschäftsführer*

+49 711 400 513 10  
f.stompe@elanyo.com



Tim Gräßer  
*Consultant Digital  
Marketing Automation*

+49 711 400 513 16  
t.graesser@elanyo.com

Sie erreichen uns ebenfalls über unser [Kontaktformular](#):

