

Kunden haben heute sehr hohe Erwartungen an herausragende Kundenerlebnisse.

Die entsprechende Nachfrage in digitalen Kanälen war noch nie größer.

teradata.

celebrus
CUSTOMER DATA PLATFORM

COVID-19 hat die Anforderungen an die Marken erhöht, großartige digitale Erlebnisse zu liefern, da die Kunden gezwungen waren, online zu handeln.

Ein kürzlich veröffentlichter Bericht von McKinsey zeigt, dass die Nutzung digitaler Kanäle in verschiedenen Branchen um 28 bis 46% gestiegen ist. Dieser Trend wird sich voraussichtlich verfestigen.

Unternehmen überlegen daher, wie sie ihren Kunden hyper-personalisierte Erlebnisse in digitalen Kanälen anbieten können, um sich an die neue Normalität anzupassen.

Was Entscheider zum Thema "Digitales Kundenerlebnis" sagen:

85%

der Entscheider sind der Auffassung, dass digitale Erlebnisse die effektivste Möglichkeit bieten, Kunden zu erreichen und anzusprechen.

66%

geben an, dass sich ihr Unternehmen darauf konzentriert, Kundenerlebnisse in Echtzeit bereitstellen zu können.

65%

geben an, dass die Schaffung erstklassiger Kundenerfahrungen für ihr Unternehmen hohe Priorität hat.

Quelle: „Invest In Customer Insights To Drive Business Growth“, von Teradata und Celebris in Auftrag gegebene und von Forrester Consulting durchgeführte globale Studie

Die Abschaffung von Cookies gefährdet jedoch die Kundenerfahrung.

Umsätze in Höhe von Dutzenden von Millionen USD könnten verloren gehen.

Cookies von Drittanbietern, die zur Nachverfolgung von Website-Besuchern und Verbesserung der Personalisierung verwendet werden, werden aufgrund neuer und sich entwickelnder Datenschutzgesetze und -vorschriften zunehmend von den wichtigsten Browsern blockiert. Apple, Microsoft und Mozilla blockieren bereits standardmäßig Drittanbieter-Tracker, und Google kündigte an, dass Chrome dies bis 2023 tun wird.

Unternehmen, die auf Cookies von Drittanbietern angewiesen sind, um Einzelpersonen nachzuverfolgen, können dann nicht mehr Umgebungen für einzelne Besucher personalisieren, ihre Werbung optimieren oder den Weg von Kunden über verschiedene Kanäle hinweg oder im Zeitverlauf verwalten.

Digitale Lösungen unterstützen Marken nicht dabei, datenbasierte Erlebnisse zu schaffen.

Eine kürzlich von Forrester durchgeführte Studie ergab, dass 80% der Entscheider glauben, dass sich datengesteuerte Kundenerlebnisse direkt positiv auf ihre Geschäftsergebnisse auswirken. Allerdings geben über 60% an, dass es schwierig ist, digitale Kundendaten zu erfassen und zu interpretieren. Die zunehmende Ablehnung von Drittanbieter-Cookies verstärkt dieses Problem noch weiter.

Unternehmen stehen beim Einsatz von Digital-Analytics-Lösungen vor fünf zentralen Herausforderungen.

Identitäten bleiben nicht über Websitzungen oder Geräte hinweg erhalten, wodurch das Nachverfolgen und Identifizieren von Benutzern verhindert wird.

Es entstehen kanalübergreifende **Lücken** bei digitalen Daten, da die Tracking-Software auf alten Tags basiert und die Browser keine Unterstützung für Cookie-basierte Tracking-Software bieten.






Sicherheit und Governance werden durch manuelle Hacks und Code kompromittiert, die darauf abzielen, die Blockierung von Cookies und Trackern zu umgehen.

Echtzeit-Entscheidungen sind aufgrund der Zeit, die für die Erhebung und Verarbeitung von Daten erforderlich ist, unmöglich.

Das Aktivieren personalisierter Umgebungen ist ohne Zugriff auf detaillierte Daten für Analysen und Entscheidungsfindung nur eingeschränkt möglich.

Schließen Sie die Lücke: First-Party-Identifizierung und die Erfassung jeder Kundeninteraktion für eine fundierte Kenntnis der Kunden und optimale Kundenumgebungen durch Entscheidungsfindung in Echtzeit

Mit Teradata und Celebrus können Sie:

-  **Die Identifizierung** von Kunden über alle Kontaktpunkte und Geräte hinweg im Laufe der Zeit aufrechterhalten
-  **Lücken** bei der Datenerfassung schließen, um Fragen beantworten und verbessertes CX bereitstellen zu können
-  **Daten-Compliance und Sicherheit gewährleisten**
-  **Detaillierte Daten** zu allen Benutzerinteraktionen erfassen
-  **Daten in Echtzeit** für personalisierte Umgebungen aktivieren



Fallstudie:

Die Vorteile liegen auf der Hand

Eines der fünf führenden globalen Finanzdienstleistungsunternehmen hatte mit digitalen Daten zu kämpfen, die für die Verbindung mit bestimmten Kunden erforderlich, aber nicht detailliert genug waren, was die analytischen Erkenntnismöglichkeiten einschränkte und zu Problemen bei der Verwaltung der Kundenumgebung führte.

Teradata und Celebris identifizierten Kunden kanalübergreifend und erfassten den Kontext digitaler Interaktionen, um Verbesserungen bei bestimmten Customer Journeys voranzutreiben. Dies ermöglichte:

50 Mio. USD
UMSATZ
durch personalisierte CX

5-x
STEIGERUNG
der Anwendungsnutzung

50%
STEIGERUNG
der Click-Through-Raten



Daten zu aktivieren ist mit Teradata und Celebris ganz einfach

- ✓ Celebris erfasst detaillierte Daten aus Interaktionen und identifiziert Nutzer über alle digitalen Kanäle hinweg
- ✓ Das vorkonfigurierte und umfangreiche Teradata Vantage™ Customer Experience-Datenmodell erfasst und organisiert Daten von Celebris nahezu in Echtzeit
- ✓ Die leistungsstarke Analytics-Engine von Teradata ermöglicht die Verarbeitung digitaler Daten in großem Umfang, um Verhaltensweisen zu erkennen und Einblicke zu liefern
- ✓ Die Echtzeitfunktionen von Teradata Vantage ermöglichen kontextbezogene Entscheidungen und Aktionen, während ein Nutzer live auf einem digitalen Kanal interagiert
- ✓ Die umfassendere Integration von Teradata Vantage in das MarTech-Ökosystem unterstützt Marketingfunktionen und zusätzliche CX-Anwendungsfälle



Nutzen Sie das ganze Potenzial von CX durch den optimalen Einsatz von Daten.

Holen Sie sich die Leistung, die Skalierbarkeit und die Analytics-Funktionen, die Sie benötigen, um CX-Herausforderungen von Anfang bis Ende zu meistern.

Celebrus ist die weltweit einzige Echtzeit-Datenerfassungs- und Kontextualisierungslösung für Erstanbieter auf Enterprise-Niveau, die enorme Einsparungen und inkrementelle Online-Umsätze durch die Bereitstellung erstklassiger digitaler Umgebungen für alle Online-Kunden ermöglicht. **Weitere Informationen finden Sie auf [Celebrus.com](https://celebrus.com)**

Teradata ist eine vernetzte Multi-Cloud-Datenplattform für Unternehmensanalysen, die komplexe analytische Anwendungsfälle in großem Umfang unterstützt. Dies ermöglicht eine ganzheitliche 360-Grad-Kundenansicht und fundierte Erkenntnisse, die in Maßnahmen in Echtzeit umgesetzt werden können und so maßgeblich zum Wachstum Ihres Geschäfts beitragen.

Weitere Informationen finden Sie auf [Teradata.com](https://teradata.com)

17095 Via Del Campo, San Diego, CA 92127, USA [Teradata.com](https://teradata.com)

Das Teradata-Logo ist eine Marke und Teradata ist eine eingetragene Marke der Teradata Corporation und/oder ihrer Tochterunternehmen in den USA und weltweit. Mit der Verfügbarkeit neuer Technologien und Komponenten entwickelt Teradata seine Produkte ständig weiter. Daher behält sich Teradata das Recht vor, Spezifikationen ohne vorherige Ankündigung zu ändern. Die hier beschriebenen Merkmale, Funktionen und Lösungen werden möglicherweise nicht überall auf der Welt vermarktet. Weitere Informationen erhalten Sie bei Ihrem Teradata-Ansprechpartner oder auf [Teradata.com](https://teradata.com).

© 2022 Teradata Corporation Alle Rechte vorbehalten. Hergestellt in den USA. 03.22

