

IBM Watson Customer Experience Analytics für außergewöhnliche Kundenerlebnisse

Unternehmen müssen die Customer Journey ihrer Kunden verstehen – über verschiedene Zeiträume, Geräte und Kanäle hinweg. Mit den kognitiven Funktionen, die in Watson Customer Experience Analytics integriert sind, können Unternehmen Maßnahmen automatisieren, um das Kundenerlebnis zu optimieren.

Mit Cognitive Computing haben wir Kundenanalysen vereinfacht und gleichzeitig verbessert. Eine einheitliche Advanced-Analytics-Plattform bietet Ihnen sofortigen Zugriff auf umsetzbare Maßnahmen auf jeder Ebene – von einer unternehmensweiten Zusammenfassung bis zum Erlebnis eines einzelnen Kunden. Damit können Sie das Kundenverhalten verstehen und Kundenerlebnisse optimieren – umfassender und sinnvoller als je zuvor.

IBM Watson Customer Experience Analytics bietet:

Anstieg von Online-konversionen um 3,6 % und von mobilen Konversionen um 2,5 %

Amortisation in 4 Monaten

Return-on-Investment von 196 %

Total Economic Impact Report, Forrester Research, November 2016 (basierend auf Verhaltensanalysedaten)

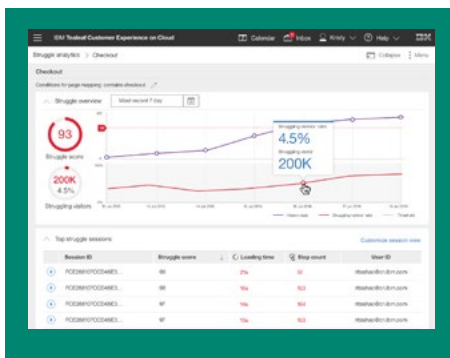
Lassen Sie das System die kritischsten Interaktionen ermitteln, bei denen Probleme in einer Customer-Journey auftreten.

Lassen Sie sich automatisch benachrichtigen, basierend auf den vom System ermittelten Problemen.



Sehen Sie sich Customer Journeys über alle Kanäle an, um festzustellen, wie sich eine Aktivität in einem Kanal auf die Konversion in einem anderen auswirkt.

Nutzen Sie die Drill-Down- und Replay-Funktion, um genau zu bestimmen, wo und warum Probleme auftreten, indem Sie problematische Wege prüfen.



▲ Nachspielfunktion und Problemerkennung

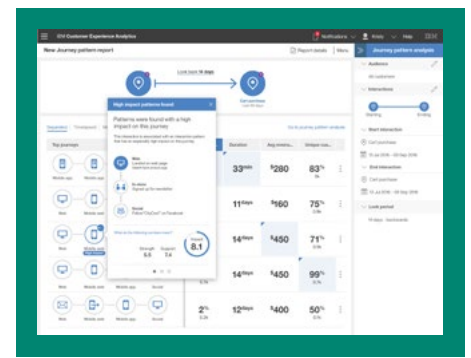
Sie können Daten zu Problemen der Benutzer automatisch erkennen und auswerten, um das Kundenerlebnis zu verbessern – ohne oder mit nur geringen manuellen Eingriffen.

▲ Personalisierbares Dashboard und flexibles Reporting

Passen Sie das Dashboard an Ihre Rolle an. So können Sie leicht Trends aufspüren und in Minuten statt Tagen von Fragen zu Entscheidungen übergehen.

Website-Optimierung und Benutzerfreundlichkeit

Finden Sie Mängel bei der Benutzerfreundlichkeit, die für Verwirrung sorgen und Kunden Probleme bereiten, und vergleichen Sie Segmente nebeneinander, um Kundenerlebnis, Inhalte und Kampagnen zu optimieren.



▲ Journey- und Mindset-Analyse

Nutzen Sie die Selbstlernfähigkeiten und kognitiven Funktionen, um Muster innerhalb von Customer Journeys zu entdecken und Erkenntnisse aus Kundendaten zu gewinnen.

IBM Universal Behavior Exchange (UBX)

UBX erlaubt den reibungslosen Datenfluss zwischen IBM Technologien und leistungsstarken Partnerlösungen und stellt Ihnen ein ständig wachsendes Angebot an Verbindungsmöglichkeiten bereit.

IBM Watson Customer Experience Analytics kann problemlos mit IBM Marketing Cloud und IBM Commerce on Cloud kombiniert werden. Mit IBM Marketing Cloud können Sie schnell konsistente Kundenerlebnisse für mehrere Kanäle entwickeln und automatisieren, die Reaktionsschnelligkeit des Marketings erhöhen und innerhalb kürzerer Zeit einen ROI erzielen. IBM Watson Customer Experience Analytics hilft Unternehmen, ihre Investitionen in IBM Commerce on Cloud zu maximieren – durch die Bereitstellung profunder Einblicke in Kundenverhalten, basierend auf Customer-Engagement-Mustern, die über einen längeren Zeitraum erfasst wurden. Damit sind attraktivere Kundenerlebnisse und fundiertere Entscheidungen möglich.

Sehen Sie sich die Demo an