



---

## In het kort

- Benut het volledige potentieel van uw IBM Tealeaf-oplossing door uw leercurve met behulp van best practices te verlagen, en zo snel mogelijk toegevoegde waarde te realiseren.
  - Identificeer gemeenschappelijke patronen in sessies, onderzoek problemen en bepaal de bedrijfsimpact.
  - Maak proactief kansen zichtbaar om de belangrijkste processen op de site te optimaliseren en barrières voor de siteconversie weg te nemen.
  - Configureer KPI's (Key Performance Indicators) om beter te begrijpen welke onderdelen van uw site problemen opleveren voor klanten
  - Zorg dat u actie kunt ondernemen op VOC-feedback (Voice of Customer) door het probleem met behulp van Tealeaf te valideren en de context voor de feedback te achterhalen.
  - Maak een business case om prioriteiten te stellen voor siteproblemen naar rato van de bedrijfsimpact.
- 

# Optimaliseer uw investeringen in IBM Tealeaf-producten

## *best practices services*

Onze nieuwe 'best practices'-oplossingen helpen uw organisatie het volledige potentieel van uw investeringen in IBM Tealeaf-producten te optimaliseren. Doordat wij kunnen bogen op honderden succesvolle implementaties, hebben we een arsenaal van best practices verzameld. En ons ongeëvenaarde 'best practices'-team heeft een maturitymodel gemaakt om deze know-how op een beheersbare manier over te brengen – waardoor uw leercurve wordt verlaagd en u zo snel mogelijk beschikt over toegevoegde waarde.

Dus, ongeacht of u slechts een paar maanden of al vele jaren klant bent, u kunt nu optimaal gebruikmaken van het maturitymodel om initiatieven voor het beheer van uw klantenervaringen te ontplooiën en een koers naar succes uit te zetten.

Hieronder worden onze 'best practices'-oplossingen uiteengezet. Ze kunnen worden toegepast op alle Professional Services-dagen of apart worden aangekocht:

### **IBM Tealeaf Assessment**

IBM Tealeaf Assessment is niet alleen voor nieuwe klanten bedoeld, maar kan ook op elk gewenst moment worden gebruikt om uw huidige IBM Tealeaf-oplossing en gebruiksmodeel te benchmarken. Uw 'best practices'-consultant evalueert uw bedrijfsdoelstellingen en kansen, en maakt samen met uw team een roadmap waarin uw 'best practices'-oplossingen specifiek worden afgestemd op uw eisen. Wij raden klanten aan het volgende beschikbaar te hebben om deze oplossing te optimaliseren.





Figuur 1: Onze 'best practices'-oplossingen en aanbevolen maturity model

<b>Vereiste IBM Tealeaf-producten</b>	Willekeurig
<b>Klantendeelnemers</b>	Executive Sponsor van Tealeaf Stakeholders voor afdeling Tealeaf Project Manager Tealeaf Event Modeler(s) Tealeaf-gebruikers Site Optimization Analyst
<b>Duur</b>	5 dagen
<b>Aanbevolen tijdschema</b>	1 tot 3 maanden na de eerste implementatie. Doorlopend, indien vereist.

### Onderzoek naar klantervaring

Deze oplossing is ontworpen om optimaal gebruik te maken van IBM Tealeaf-oplossingen voor het onderzoeken van problemen met de klantervaring en het bepalen van de impact daarvan. U ontdekt hoe u gemeenschappelijke problemen in sessies vindt, onbekende siteproblemen identificeert of vermoedelijke problemen valideert, begint met het onderzoeken van de bedrijfsimpact en op grond daarvan prioriteiten stelt voor verbeteringen van de site. U zult uw website op een hele nieuwe manier gaan zien – vanuit het perspectief van de klant.

<b>Vereiste IBM Tealeaf-producten</b>	IBM Tealeaf cxImpact
<b>Klantendeelnemers</b>	Stakeholders voor afdeling Tealeaf Project Manager Tealeaf-gebruikers
<b>Duur</b>	1 dag
<b>Aanbevolen tijdschema</b>	1 tot 3 maanden na de eerste implementatie. Doorlopend, indien vereist.

### Bekende problemen monitoren

Hoe behaalt u een snelle ROI wanneer u de IBM Tealeaf-oplossingen hebt geïmplementeerd? Wij laten u zien hoe u een belangrijke toegevoegde waarde kunt behalen door het volgen en oplossen van de bekende problemen op uw site – van foutberichten en ongeldige statuscodes tot slechte performance van de pagina. Door een proactieve aanpak voor het opzoeken en snel oplossen van deze hinderlijke problemen op de site verbetert u de succespercentages van klanten en, uiteindelijk, de resultaten van uw online business.

<b>Vereiste IBM Tealeaf-producten</b>	Tealeaf cxImpact IBM Tealeaf cxView (aanbevolen maar niet vereist)
<b>Klantendeelnemers</b>	Stakeholders voor afdeling Tealeaf Project Manager Tealeaf Event Modeler(s) Tealeaf-gebruikers Site Optimization Analyst
<b>Duur</b>	2 dagen
<b>Aanbevolen tijdschema</b>	1 tot 3 maanden na de eerste implementatie. Doorlopend, indien vereist.

### Siteprocessen monitoren

Conversie- en taaksuccespercentages zijn het levensbloed van een succesvolle online business. Dus leert IBM u hoe u de afrondingspercentages van belangrijke taken voor uw site definieert en bepaalt wat een belangrijke wijziging van deze percentages inhoudt. Het belangrijkste is echter dat IBM u helpt processen beschikbaar te maken voor het onderzoeken van belangrijke wijzigingen – zodat u niet alleen weet dat er problemen met de site zijn, maar ook precies kunt achterhalen wat de aard van deze problemen is. Dankzij dit inzicht kunt u betere beslissingen over de optimalisatie van uw website nemen en het aantal klanten beperken dat negatieve gevolgen van een bepaald probleem ondervindt.

<b>Vereiste IBM Tealeaf-producten</b>	Tealeaf cxImpact Tealeaf cxView
<b>Klantendeelnemers</b>	Stakeholders voor afdeling Tealeaf Project Manager Tealeaf Event Modeler(s) Tealeaf-gebruikers Site Optimization Analyst
<b>Duur</b>	2 dagen
<b>Aanbevolen tijdschema</b>	3 tot 6 maanden na de eerste implementatie. Doorlopend, indien vereist.

### KPI's voor klantervaring meten

E-business leaders weten dat er naast eenvoudige technische problemen nog een aantal andere problemen van invloed zijn op de online ervaring van hun klanten – en, derhalve, op hun vermogen om deze klanten te behouden of hun iets te verkopen. In dit traject werkt IBM met u samen bij het configureren van KPI's (Key Performance Indicators), waarmee u meer inzicht kunt krijgen in de siteproblemen waarmee klanten worden geconfronteerd. KPI's voor de klantervaring zijn bijvoorbeeld het opletten op bekende slechte gedragingen, zoals een klant die het uitcheckproces meer dan tweemaal opnieuw start, of bekende slechte ervaringen, zoals een klant die merkt dat de prijs van een reis op een reissite is gewijzigd. Door het proactief monitoren van deze metrics kunt u het echte gedrag van klanten analyseren en onverwachte problemen die een negatieve impact op uw online business hebben aan het licht brengen.

<b>Vereiste IBM Tealeaf-producten</b>	Tealeaf cxImpact Tealeaf cxView (aanbevolen maar niet vereist)
<b>Klantendeelnemers</b>	Stakeholders voor afdeling Tealeaf Project Manager Tealeaf Event Modeler(s) Tealeaf-gebruikers Site Optimization Analyst
<b>Duur</b>	2 dagen
<b>Aanbevolen tijdschema</b>	6 tot 9 maanden na de eerste implementatie. Doorlopend, indien vereist.

### Geavanceerde business impact analyse

Omdat ze te maken hebben met beperkte tijd en resources, worstelen veel bedrijven met het prioriteren van siteproblemen op basis van bedrijfsimpact. In deze oplossing leren wij u hoe u voor elk probleem een business case maakt door de volgende vragen te onderzoeken: Wanneer is het probleem begonnen? Hoeveel bezoekers per dag worden erdoor getroffen? Wat is de impact op de conversiepercentages? Wat zijn de kosten om het probleem op te lossen in vergelijking met de misgelopen verkopen of winst? Door het inzicht dat IBM u in elk siteprobleem biedt, kunt u uw inspanningen voor de optimalisatie van de site zorgvuldiger prioriteren en uw resources daar investeren waar ze een grotere impact op uw business hebben.

<b>Vereiste IBM Tealeaf-producten</b>	Tealeaf cxImpact Tealeaf cxView
<b>Klantendeelnemers</b>	Stakeholders voor afdeling Tealeaf Project Manager Tealeaf Event Modeler(s) Tealeaf-gebruikers
<b>Duur</b>	3 dagen
<b>Aanbevolen tijdschema</b>	6 tot 9 maanden na de eerste implementatie. Doorlopend, indien vereist.

### Voice of Customer-onderzoek

Steeds meer bedrijven profiteren van VOC-onderzoeksproducten (Voice of Customer) om kwalitatief hoogwaardige feedback met betrekking tot de klantervaring te krijgen. Veel e-businesses hebben echter moeite om een business case rondom specifieke feedback te bevestigen en te bouwen. Het doel van deze oplossing is te laten zien hoe u volledig kunt profiteren van uw IBM Tealeaf-oplossingen en VOC-integratie. Het is een groot voordeel om Tealeaf-sessies van onderzoeksrespondenten te kunnen terugspelen om een beter inzicht te krijgen in de context van hun feedback. Maar in deze overeenkomst leert u hoe u acties kunt uitvoeren voor VOC-feedback – door het probleem te valideren met behulp van IBM Tealeaf-oplossingen (hoeveel andere klanten hebben dezelfde ervaring gehad) en de bedrijfsimpact van een bepaald probleem te berekenen, zodat u effectiever prioriteiten kunt stellen voor problemen op de site.

<b>Vereiste IBM Tealeaf-producten</b>	Tealeaf cxImpact Tealeaf cxConnect for Voice of Customer
<b>Klantendeelnemers</b>	VOC Project Manager Tealeaf Project Manager Technical Administrator Site Optimization Analyst
<b>Duur</b>	1 dag
<b>Aanbevolen tijdschema</b>	6 tot 9 maanden na de eerste implementatie. Doorlopend, indien vereist.

## Over IBM Enterprise Marketing Management

De IBM Enterprise Marketing Management (EMM) Suite is een complete, geïntegreerde set mogelijkheden die exclusief is ontworpen met het oog op de specifieke eisen van marketingorganisaties. Omdat IBM's EMM Suite alle aspecten van marketing integreert en stroomlijnt, hebben zowel organisaties als personen alles in handen om hun passie voor marketing te vertalen in waardevolle klantrelaties en winstgevend, tijdige en meetbare bedrijfsresultaten.

De IBM EMM Suite van softwareoplossingen, waarmee binnen het bedrijf of in de cloud wordt gewerkt, biedt marketeers de tools en het inzicht die zij nodig hebben om op elk contactmoment toegevoegde waarde voor elke individuele klant te creëren. De IBM EMM Suite geeft marketeers een beter begrip van wat de klant wil en nodig heeft, en biedt hen de mogelijkheid om dat begrip te gebruiken om klanten te betrekken in een uiterst relevante, interactieve dialoog via digitale, sociale en traditionele marketingkanalen.

De IBM EMM Suite bestaat uit vijf afzonderlijke oplossingen, die zijn ontworpen om tegemoet te komen aan de specifieke eisen van bepaalde marketing- en merchandising-gebruikers. Met behulp van Digital Marketing Optimization kunnen digitale marketeers relevante digitale interacties combineren om nieuwe bezoekers aan te trekken en te behouden en gedurende de gehele levenscyclus van de klant inkomsten te verwerven. Met Customer Experience Optimization kunnen eCommerce-professionals zorgen dat bezoekers terugkerende en loyale pleitbezorgers worden door het verbeteren van de digitale ervaring van elke klant. Met Cross-Channel Marketing Optimization kunnen customer relationship marketeers via meerdere kanalen een een-op-een dialoog met klanten aangaan om gedurende de gehele levenscyclus van de klant inkomsten te genereren. Price, Promotion and Product Mix Optimization bieden merchandisers en sales planners de mogelijkheid om beslissingen te nemen over prijs, promotie en productmix, zodat de winst en het voorraadgebruik kunnen worden gemaximaliseerd. En met behulp van Marketing Performance Optimization kunnen marketingleiders, planners en beslissers de productmix vormen en beoordelen, alsook de marketingactiviteiten beheren om de ROI te maximaliseren.

EMM-oplossingen van IBM worden wereldwijd door meer dan 2500 organisaties gebruikt om de toenemende complexiteit van marketing in goede banen te leiden en om tegelijkertijd de omzet te verhogen en meetbare resultaten te boeken. Onder meer dankzij de beproefde en complete aanbiedingen van IBM hebben bedrijven als E\*TRADE, ING, Orvis, PETCO, Telefonica | Vivo, United Airlines en wehkamp.nl de vereiste kracht en flexibiliteit om hun klanten en prospects datgene te bieden wat ze tegenwoordig verwachten – een meer consistente en relevante ervaring over alle kanalen heen.





---

**IBM Nederland hoofdkantoor**

Johan Huizingalaan 765  
1066 VH Amsterdam  
Netherlands

De homepage van IBM is te vinden op:

**ibm.com**

IBM, het IBM-logo en ibm.com zijn merken van International Business Machines Corporation in de Verenigde Staten en/of andere landen. Als deze en andere merken van IBM zijn aangeduid met een handelsmerksymbool (® of ™), wordt hiermee aangegeven dat deze merken wettelijk zijn gedeponereerd in de V.S. of in eigendom zijn van IBM op het tijdstip van publicatie van deze informatie. Dergelijke merken kunnen ook geregistreerd of in eigendom zijn in andere landen. Andere benamingen van bedrijven, producten en diensten kunnen merken van derden zijn. Een actuele lijst van IBM-merken is beschikbaar op het internet als "Copyright and trademark information" op: [ibm.com/legal/copytrade.shtml](http://ibm.com/legal/copytrade.shtml)

De inhoud van dit document (met inbegrip van valuta- OF prijsgegevens, exclusief van toepassing zijnde belastingen) is actueel op het moment van eerste publicatie en IBM kan er te allen tijde wijzigingen in aanbrengen. Niet alle aanbiedingen zijn verkrijgbaar in alle landen waarin IBM werkzaam is.

De in dit document besproken prestatiegegevens zijn verkregen onder specifieke omstandigheden. De feitelijke resultaten kunnen hiervan afwijken. DE INFORMATIE IN DIT DOCUMENT WORDT VERSTREKT "AS IS", ZONDER UITDRUKKELIJKE OF STILZWIJGENDE GARANTIE, MET INBEGRIJ VAN DIE VOOR HET VOORGENOMEN GEBRUIK, GESCHIKTHEID VOOR EEN BEPAALD DOEL EN HET GEEN INBREUK MAKEN OP RECHTEN VAN DERDEN. Op IBM-producten wordt garantie gegeven overeenkomstig de voorwaarden en bepalingen van de overeenkomsten waaronder die producten zijn geleverd.

© Copyright IBM Corporation 2013



Recycleren s.v.p.