

# Bauen Sie Ihre Marke mit kognitivem Content auf



Es ist nicht einfach, Kunden zu gewinnen – die Gelegenheiten für Kundeninteraktionen sind dünn gesät. Sehr häufig ist die **einzige** Möglichkeit, eine tiefere Beziehung mit den Kunden aufzubauen und zu erhalten – und damit die Umsätze des Unternehmens zu steigern – die Schaffung eines **überragenden digitalen Kundenerlebnisses**.

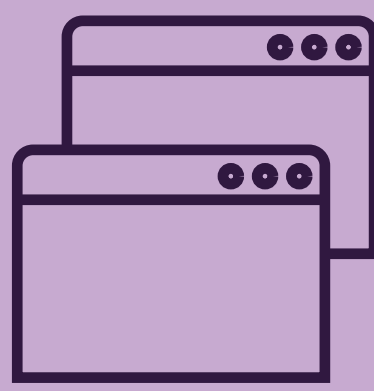
## Bedenken Sie Folgendes:

# 82 %

der Smartphone-Nutzer treffen Kaufentscheidungen im Geschäft mithilfe ihres Smartphones.<sup>1</sup>

# 56 Cent

jedes in einem Geschäft ausgegebenen Dollars sind das Ergebnis einer digitalen Interaktion.<sup>2</sup>



## Content ist der Schlüssel

Wenn Sie den Kunden Content präsentieren, der informativ, zeitgerecht und optimal personalisiert ist, schaffen Sie die Basis für eine stabile Beziehung.



Wenn Sie den Content jedoch nicht schnell aufrufen und präsentieren können, scheitert Ihre Interaktion mit dem Kunden – gut möglich, dass Ihr Konkurrent an Ihre Stelle tritt.

## IBM Watson Content Hub

Entwickeln, verwalten und präsentieren Sie attraktive und relevante Kundenerlebnisse mit IBM Watson Content Hub, einem kognitiven Content-Management-System.

IBM Watson Content Hub ist ein Cloud-basiertes System, auf das Benutzer auf der ganzen Welt von ihrem Desktop-Computer oder Mobilgerät aus zugreifen können. Sie zahlen nur für das, was Sie auch nutzen, nicht für die Anzahl der Benutzer, die die Lösung verwenden. IBM Watson Content Hub lässt sich mit Ihrem vorhandenen Marketing- oder E-Commerce-System sowie mit Ihrem Content-Management-System und Geräten für das Internet der Dinge (IoT) integrieren. Sie können also ein einziges Content-System für alle Tools einsetzen, die Sie für die Kundeninteraktionen nutzen.

### Die 5 Vorteile von IBM Watson Content Hub:



**Verstehen.** Auf der Basis visueller Erkennung führt IBM Watson Content Hub kognitives Tagging für den Content durch, sobald er hochgeladen wird. Dies spart Zeit und Arbeit.



**Abrufen.** Such- und Auswahltools lokalisieren Content sofort und schlagen vor, was am besten funktioniert.



**Erstellen.** Mithilfe von Vorlagen mit Tools für Ziehen und Ablegen wählen Sie die gewünschten Elemente aus und können so Content schnell aktualisieren und veröffentlichen.



**Verteilen.** Kunden, Interessenten und Partner haben Zugang zu der personalisierten kanalübergreifenden Erfahrung, die Sie geschaffen haben. Die Kundenerfahrung ist von jedem Endpunkt aus überzeugend.



**Lernen.** IBM Watson Content Hub analysiert die Ergebnisse und wendet das neuerlangte Wissen auf zukünftige Vorgänge an.

## Ergebnis: ROI

Untersuchungen zeigen, dass sich Ihre Investition auszahlen wird.



**3 Dollar ROI für jeden in das Kundenerlebnis investierten Dollar.**<sup>3</sup>



**Das Kundenerlebnis wird bis 2020 den Preis und das Produkt als wichtigstes Differenzierungsmerkmal einer Marke ablösen.**<sup>4</sup>



**25 % der Kunden wandern nach einem einzigen negativen Erlebnis zu einem Konkurrenten ab.**<sup>5</sup>

Ob auf dem Smartphone, mit einem Banner oder auf der Website bieten Sie Ihren Kunden ein auf ihre individuellen Wünsche und Präferenzen zugeschnittenes Erlebnis. Dieses personalisierte Erlebnis liefert Content, den die Kunden anklicken – und es sieht voraus, welche Informationen sie im Anschluss wollen.

## Starten Sie gleich jetzt

IBM Watson Content Hub ist Cloud-basiert und daher einfach zu testen.

Erstnutzer verschaffen sich die größten Vorteile. Handeln Sie jetzt und kreieren Sie ein großartiges Kundenerlebnis – während Ihre Konkurrenten untätig bleiben.

### Weitere Informationen

IBM Watson



1, 2 „The New Digital Divide“, Deloitte University Press, 12. September 2016  
3 „CIO Workshop“, ZDNet, 14. Juni 2016  
<http://www.zdnet.com/article/cio-workshop-roi-of-customer-experience/>  
4 „Customers 2020“, Walker Information, 2013  
<https://www.e-junkie.com/d/7tejg-omgis26da2f3d6c&d=vag8c&c=5coj>  
5 „The Cost of Crappy Customer Experiences Infographic“, Thunderhead, 2015  
<https://www.thunderhead.com/the-cost-of-crappy-customer-experiences-infographic>

