

IBM Tealeaf-Lösungen

*Erfolgreicheres E-Business dank umfassender Lösungen
für Customer Experience Management*



IBM Tealeaf-Lösungen sind dafür konzipiert, Unternehmen mit geschäftskritischen Websites bei Folgendem zu unterstützen:

- **Steigerung des Umsatzes:** Eliminieren von Beeinträchtigungen für das Kundenerlebnis, um die Konversionsraten zu verbessern und den Umfang von Transaktionen zu vergrößern
 - **Geringere Abwanderung von Kunden:** Schnelles Erkennen und Verstehen von Kundenproblemen, um diese schneller und effektiver lösen zu können
 - **Geringere Kosten für den Support des Produktionsbetriebs:** Drastisches Reduzieren des Zeitaufwands für die Identifizierung und Behebung von Websitefehlern
 - **Deutlich schnelleres Auffinden von Informationen bei Kundenbeschwerden:** Abrufen archivierter Datensätze zu erfolgten Kundeninteraktionen, um Kundenprobleme schnell lösen zu können
 - **Aufbau unternehmensweiter Kompetenz in puncto Kundenerlebnis:** Schaffen einer gemeinsamen Sprache und eines Feedbackprozesses für alle Beteiligten im Bereich E-Business
-

Sowohl beim Direktverkauf an Kunden als auch beim Business-to-Business-Handel ist es kein Geheimnis, dass der Online-Kanal heute bei der Geschäftstätigkeit eine entscheidende Rolle spielt. Häufig kommt es jedoch auf Websites zu Fehlern mit der Folge, dass die Benutzer Schwierigkeiten haben, eine Transaktion online abzuschließen oder effektiven Support für ihre Online-Aktivitäten zu erhalten. Durch die Erfassung des Ablaufs jeder Interaktion liefern die IBM Tealeaf-Lösungen die Einblicke, Erkenntnisse und Antworten, die Unternehmen benötigen, um sicher sein können, dass die Website reibungslos funktioniert und die Kunden ein durchweg positives Einkaufserlebnis haben.

Das Problem: fehlende Einblicke

Die Online-Welt wirft für Unternehmen interessante und zugleich schwierige Fragen auf. Einerseits sorgen Unternehmen – unter Ausnutzung der neuesten Technologien – für die ständige Verbesserung und Weiterentwicklung ihrer Websites, um den Benutzern das bestmögliche Einkaufserlebnis zu bieten. Andererseits bietet die Online-Welt keine Möglichkeit, die Kunden persönlich zu sehen und zu verstehen, ob diese Weiterentwicklungen tatsächlich zum Erfolg beitragen oder ihn behindern.

Im Unterschied zu Transaktionen, die im persönlichen Kontakt abgewickelt werden, hat das E-Business-Team keinen direkten Einblick in das Kundenerlebnis. Daher ist es nahezu unmöglich festzustellen, an welcher Stelle der Fehler aufgetreten ist, wenn eine Transaktion auf der Website fehlgeschlagen ist. Das E-Business-Team kann nur Vermutungen anstellen: War es ein Fehler des Benutzers? War die Navigation für den Benutzer verwirrend? War der Benutzer hinsichtlich der Angabe seiner persönlichen Daten unsicher? War die Ursache ein technischer Fehler? Ohne Einblicke in das tatsächliche Kundenerlebnis kann das E-Business-Team nicht ermitteln, ob der gleiche Fehler auch bei anderen Kunden aufgetreten ist, und es kann nicht dafür sorgen, dass er bei zukünftigen Kunden nicht mehr auftritt.

Viele nicht offensichtliche und sporadisch auftretende Probleme mit der Website, die zu frustrierten Kunden, entgangenen Gewinnen und großen Aufwand für IT-Support und Kundenservice führen, bleiben möglicherweise ungelöst, wenn ohne Bezug zu den tatsächlichen Interaktionen versucht wird, die Probleme aufzuspüren und zu beheben. Wie viele Rückfragen bei Ihrem Contact-Center könnten vermieden oder effektiver bearbeitet werden, wenn Einblicke in die Interaktion des jeweiligen Kunden möglich wären?

Die Lösung: Customer Experience Management

Die IBM Tealeaf-Lösungen bieten einen umfassenden Einblick in die Online-Interaktionen der Kunden. Mithilfe dieser Lösungen können Sie genau sehen, wie sich Ihre Website bei jedem einzelnen Kunden verhält. Diese Erkenntnisse sind ein strategisch wichtiges Gut für Ihr Unternehmen, denn sie ermöglichen ein proaktives Vorgehen bei der Weiterentwicklung und Verbesserung des Online-Kanals. Unsere Lösungen unterstützen das E-Business-Team bei der schnellen Behebung von Problemen, die sich negativ auf die Kundenzufriedenheit und die Online-Umsätze auswirken. Ein weiterer Vorteil der IBM Tealeaf-Lösungen besteht darin, dass sie der IT-Abteilung, dem Kundenservice und sogar den für rechtliche und Compliancefragen zuständigen Stellen eine vollständige Sicht auf den Online-Kunden liefern.

Nutzung bisheriger Kundeninteraktionen zur Verbesserung der Webpräsenz

Die IBM Tealeaf-Lösungen basieren auf einer umfassenden, patentierten Technologie, die es ermöglicht, jede Kundeninteraktion auf Ihrer Website zu erfassen, einschließlich des Aufrufs jeder einzelnen Seite im Browser. Die erfassten Daten können dann für alle Ihre Produkte von allen am Online-Kanal beteiligten Stellen – E-Business-Team, IT-Abteilung, Kundenservice – genutzt werden, um Probleme, die das reibungslose Funktionieren Ihrer Website verhindern, zu analysieren und zu untersuchen und entsprechende Maßnahmen zu ergreifen.

Unsere Lösungen können mit geringen Auswirkungen auf Anwendungen oder die Infrastruktur in praktisch jeder web-basierten Anwendungsumgebung passiv implementiert werden. Sie haben sich bereits bei einigen der umfangreichsten und komplexesten Websites bewährt. Dies sind z. B. die Websites von 44 der 100 größten Online-Einzelhändler (darunter sieben der zehn führenden)¹, acht der zehn führenden Bank- und Finanzunternehmen², neun von zwölf der größten Sach- und Haftpflichtversicherungen in Nordamerika³, zehn der zwölf erfolgreichsten Reiseportale⁴, 50 Prozent der größten Fluggesellschaften in den USA¹ und allen führenden Providern für festnetzunabhängige Services in Nordamerika.⁵

Die möglichen Vorteile

Die IBM Tealeaf-Lösungen sind dafür konzipiert, Unternehmen bei Folgendem zu unterstützen:

- **Optimierung des Nutzens** jedes Websitebesuches und Sicherstellung, dass mehr Transaktionen erfolgreich abgeschlossen werden.
- **Gewinnung schneller Einblicke** in Probleme, die sich auf das Online-Erlebnis auswirken, und Quantifizierung der Auswirkungen auf das Geschäftsergebnis
- **Verbesserung der Effektivität des Kundenservice** durch schnellen Zugriff auf Online-Sessions durch die Servicemitarbeiter
- **Schnelle Ermittlung und Behebung** verborgener oder schwer zu identifizierender Anwendungsprobleme
- **Aufbewahrung der Datensätze** von Online-Kundeninteraktionen, um Beschwerden von Kunden schnell und präzise bearbeiten zu können

Die IBM Tealeaf-Lösungen ermöglichen die Erfassung jedes Kunden und jeder Interaktion

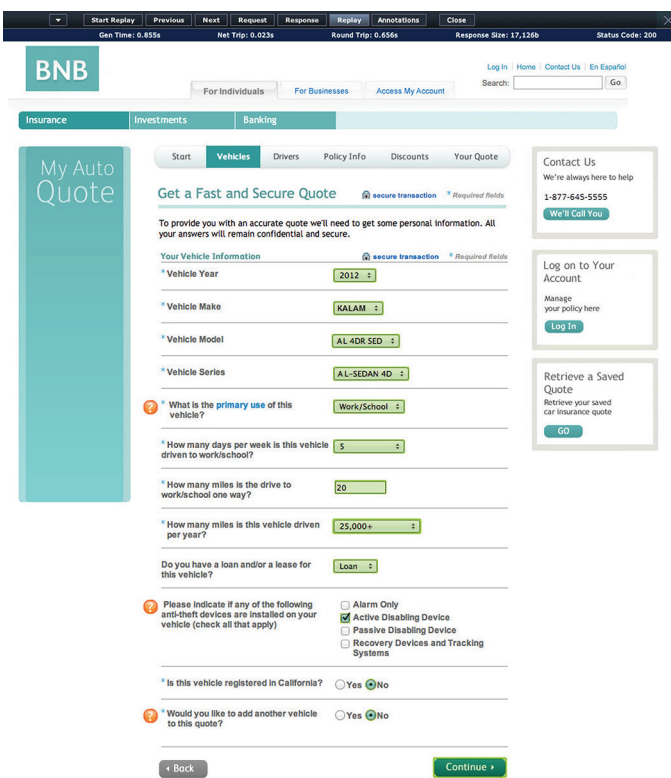


Abbildung 1: Beispiel für die Wiederholung einer Kundensession, die zeigt, was ein Kunde auf einer bestimmten Seite eingegeben hat.

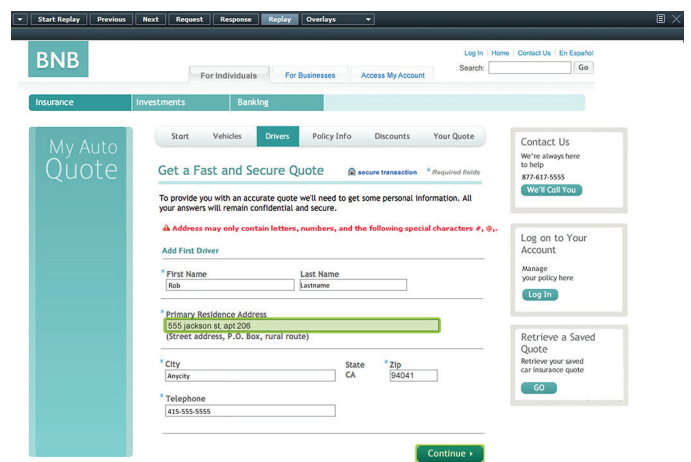


Abbildung 2: Beispiel für eine Fehlermeldung, die für einen Benutzer auf der Website angezeigt wurde.

Über IBM Enterprise Marketing Management

Die IBM Enterprise Marketing Management (EMM) Suite ist eine integrierte Komplettlösung für das Marketing und damit zusammenhängende Funktionen im Unternehmen. Die Softwarelösungen geben einen voll integrierten Überblick über alle Teilaspekte des Marketings und helfen, Prozesse zu verschlanken. So können Unternehmen werthaltige Kundenbeziehungen aufbauen, gleichzeitig wird das Marketing profitabler, effizienter, zeitgemäßer und bringt messbare Resultate. Die IBM EMM Suite integriert und optimiert alle Aspekte des Marketings und ermöglicht es damit Organisationen und Einzelpersonen, ihr Marketingengagement in wertvolle Kundenbeziehungen umzusetzen und so schnell und effizient ein messbar verbessertes Geschäftsergebnis zu erzielen.

Die IBM EMM Software-Suite ist als Onsite-Lösung oder aus der Cloud verfügbar. Sie gibt dem Marketing die nötigen Werkzeuge und Informationen an die Hand, um Kunden individuell anzusprechen und ihnen einen Mehrwert zu bieten. Unternehmen, die die IBM EMM Suite einsetzen, erfahren mehr über die Bedürfnisse und Wünsche ihrer Kunden. Auf Basis dieses Wissens können sie einen relevanten und interaktiven Dialog mit den Kunden aufbauen – auf digitalen Kanälen genauso wie in sozialen Netzwerken und auf den klassischen Marketingkanälen.

Zur IBM EMM Software-Suite gehören fünf Einzellösungen für Marketing und Absatzförderung:

- **Digital Marketing Optimization** stimmt die Interaktionen im digitalen Marketing perfekt aufeinander ab. So verhilft die Online-Marketing-Lösung dazu, mehr Besucher auf die Website zu führen und zielgerichtet Interesse der Besucher zu wecken, um so die Umsätze im gesamten Kunden-Lifecycle zu steigern.
- **Cross-Channel Marketing Optimization** hat vor allem die Kundenbeziehungen im Blick. Die Lösung baut einen kanalübergreifenden, individualisierten Dialog mit Kunden auf und trägt so zur Umsatzsteigerung bei.
- **Marketing Performance Optimization** unterstützt bei der Modellierung und Bewertung der Zusammensetzung des Marketing-Mix. Damit können Marketingleiter und -Entscheider alle Abläufe so steuern, dass mit dem vorhandenen Budget ein möglichst großer Return-on-Investment erzielt wird.
- **Customer Experience Optimization** zeigt auf, wo Kunden auf der Website Schwierigkeiten haben, ihre Transaktion abzuschließen. Durch gezielten Einsatz dieses Wissens können E-Commerce-Spezialisten, der Customer-Service sowie das Online-Marketing die Loyalität und Zufriedenheit von Website-Besuchern und Kunden steigern. Das erhöht nachweislich die durchschnittliche Warenkorbgröße und somit den Umsatz der Website.
- **Price, Promotion & Product Mix Optimization** unterstützt die Absatzförderung und die Vertriebsplanung bei Entscheidungen zur Preis- und Sortimentsgestaltung sowie zu Promotion-Aktionen. Das steigert die Profitabilität und optimiert die Lagerbestände.

Weltweit nutzen bereits mehr als 2.500 Unternehmen die IBM EMM-Lösungen, um trotz zunehmender Komplexität im Marketing messbare Ergebnisse zu erzielen und die Umsätze zu steigern. Zu den Kunden von IBM EMM gehören unter anderem Dannon, E*TRADE, ING, Orvis, PETCO, Telefonica | Vivo, United Airlines und wehkamp.nl. Mit dem erprobten, umfassenden Lösungsportfolio von IBM bieten diese Unternehmen ihren Kunden und Interessenten das, was sie heute erwarten: die richtige Art der Interaktion zum richtigen Zeitpunkt und über den vom Kunden präferierten Kanal.



IBM Deutschland GmbH
IBM-Allee 1
71139 Ehningen
ibm.com/de

IBM Österreich
Obere Donaustrasse 95
1020 Wien
ibm.com/at

IBM Schweiz
Vulkanstrasse 106
8010 Zürich
ibm.com/ch

Die IBM Homepage finden Sie unter:
ibm.com

IBM, das IBM Logo und ibm.com sind eingetragene Marken der IBM Corporation in den USA und/oder anderen Ländern. Weitere Produkt- und Servicennamen können Marken von IBM oder anderen Unternehmen sein. Eine aktuelle Liste der IBM Marken finden Sie auf der Webseite „Copyright and trademark information“ unter ibm.com/legal/copytrade.shtml

Die in diesem Dokument enthaltenen Informationen (einschließlich Angaben zu Währungen ODER Preisen, die nicht die jeweils geltenden Steuern enthalten) sind nur zum Datum der Erstveröffentlichung des Dokuments aktuell und können jederzeit ohne vorherige Ankündigung geändert werden. Nicht alle IBM Angebote sind in jedem Land, in welchem IBM tätig ist, verfügbar.

Die in diesem Dokument enthaltenen Leistungsdaten wurden unter bestimmten Betriebsbedingungen erzielt. Die tatsächlichen Ergebnisse können davon abweichen. Die Informationen in diesem Dokument werden auf der Grundlage des gegenwärtigen Zustands (auf „as-is“-Basis) ohne jegliche ausdrückliche oder stillschweigende Gewährleistung zur Verfügung gestellt, einschließlich, aber nicht beschränkt auf die Gewährleistungen für die Handelsüblichkeit, die Verwendungsfähigkeit für einen bestimmten Zweck oder die Freiheit von Rechten Dritter. Für IBM Produkte gelten die Gewährleistungen, die in den Vereinbarungen vorgesehen sind, unter denen sie erworben werden.

¹ Internet-Einzelhändler – Top 100: <http://www.internetretailer.com/top500/list/>

² Banken: The Financial Services Fact Book 2012, 80 percent of Top Ten Bank Holding Companies in Total Insurance Premiums

³ Sach- und Haftpflichtversicherungen: <http://meuserlaw.blogspot.com/2011/04/top-25-propertycasualty-insurance.html>

⁴ Reiseportale: <http://www.yourbest100.com/web/top-100-travel-sites/#bookingdrop>

⁵ Fluggesellschaften: <http://www.businessinsider.com/the-10-best-airlines-in-the-us-2012-10>

© Copyright IBM Corporation 2013



Bitte der Wiederverwertung zuführen