



---

## Highlights

- Optimieren Sie das volle Potenzial Ihrer IBM Tealeaf-Lösung durch bewährte Verfahren, die den Einarbeitungsaufwand reduzieren und eine möglichst schnelle Wertschöpfung ermöglichen.
  - Erkennen Sie häufige Muster bei Web-Sessions, analysieren Sie Probleme und bestimmen Sie deren Auswirkungen auf Ihr Unternehmen.
  - Ermitteln Sie proaktiv Chancen für eine Optimierung wichtiger Prozesse Ihrer Website und für die Beseitigung von Hürden, die sich nachteilig auf die Website-Konversionsrate auswirken.
  - Legen Sie wesentliche Leistungsindikatoren (KPIs) fest, um zu erkennen, wo Kunden auf Ihrer Website mit Problemen zu kämpfen haben.
  - Sorgen Sie dafür, dass das Feedback von Kunden in konkrete Maßnahmen umsetzbar ist, indem Sie mithilfe von Tealeaf Probleme prüfen und Kontext zum Kunden-Feedback bereitstellen.
  - Erarbeiten Sie einen Business-Case, um Probleme auf Ihrer Website zu priorisieren, basierend auf den Auswirkungen für Ihr Unternehmen.
- 

# Optimieren Sie Ihre Investitionen in IBM Tealeaf-Produkte

## *Best-Practices-Services*

Unsere neuen Angebote zur Vorstellung von bewährten Verfahren (Best Practices) helfen Ihrem Unternehmen, das volle Potenzial seiner Investitionen in IBM Tealeaf-Produkte zu optimieren. Wir haben bereits zahlreiche erfolgreiche Implementierungen durchgeführt und dabei eine Vielzahl von Best Practices erarbeitet. Unser kompetentes Best-Practices-Team hat ein Reifegradmodell entwickelt, das Ihnen dieses Know-how auf möglichst einfache Weise vermitteln soll. Dieses Modell verringert Ihren Einarbeitungsaufwand und verhilft Ihnen schnellstmöglich zu einer Wertschöpfung.

Ganz gleich, ob Sie erst seit einigen Monaten oder schon seit vielen Jahren Tealeaf-Kunde sind, Sie können dieses Reifegradmodell jetzt nutzen, um Initiativen für das Customer Experience Management zu entwickeln und eine Roadmap zum Erfolg zu erstellen.

Unsere Best-Practices-Angebote sind im Folgenden beschrieben. Sie können entweder im Rahmen der von Ihnen beauftragten Professional Services genutzt oder separat erworben werden.

### **IBM Tealeaf Assessment**

Dieses Angebot richtet sich nicht nur an neue Kunden. Sie können es jederzeit nutzen, um Ihre derzeit eingesetzte IBM Tealeaf-Lösung und das entsprechende Nutzungsmodell zu bewerten. Ihr Best-Practices-Berater wird Ihre Geschäftsziele und -chancen evaluieren und gemeinsam mit Ihrem Team eine Roadmap erarbeiten, die unsere Best-Practices-Angebote auf Ihre speziellen Anforderungen abstimmt. Wir empfehlen Kunden, Folgendes bereitzustellen, um dieses Angebot zu optimieren.





<b>Erforderliche IBM Tealeaf-Produkte</b>	Tealeaf cxImpact Tealeaf cxView
<b>Teilnehmer auf Kundenseite</b>	Verantwortliche aus den Abteilungen Tealeaf-Projektmanager Tealeaf-Ereignismodellierer Tealeaf-Benutzer Verantwortlicher Analyst für die Websiteoptimierung
<b>Dauer</b>	2 Tage
<b>Empfohlener Zeitplan</b>	3 bis 6 Monate nach der Erstimplementierung Fortlaufend nach Bedarf

### Messung von KPIs für die Kundenerfahrung

Führende Unternehmen im E-Business wissen, dass es neben einfachen technischen Problemen noch eine Reihe weiterer Faktoren gibt, die Einfluss auf die Online-Kundenerfahrung haben – und damit auch auf ihre Fähigkeit, diese Kunden zu binden oder mehr zu verkaufen. Im Rahmen dieses Projekts wird IBM gemeinsam mit Ihnen wesentliche Leistungsindikatoren (Key Performance Indicators, KPIs) festlegen, mit deren Hilfe Sie erkennen können, wo auf Ihrer Website Kunden mit Problemen konfrontiert sind. Beispiele von KPIs für die Kundenerfahrung, die überwacht werden sollten, sind bekannte unerwünschte Verhaltensweisen – z. B. wenn ein Kunde den Checkout-Prozess mehr als zweimal neu beginnt – oder bekannte unerwünschte Erfahrungen – z. B. wenn ein Kunde eine Reiseroute mit einem neuen Preis auf einer Reisewebsite sieht. Durch die proaktive Überwachung dieser Kennzahlen können Sie das wahre Kundenverhalten analysieren und unerwartete Probleme aufdecken, die sich negativ auf Ihr Onlinegeschäft auswirken.

<b>Erforderliche IBM Tealeaf-Produkte</b>	Tealeaf cxImpact Tealeaf cxView (empfohlen, aber nicht erforderlich)
<b>Teilnehmer auf Kundenseite</b>	Verantwortliche aus den Abteilungen Tealeaf-Projektmanager Tealeaf-Ereignismodellierer Tealeaf-Benutzer Verantwortlicher Analyst für die Websiteoptimierung
<b>Dauer</b>	2 Tage
<b>Empfohlener Zeitplan</b>	6 bis 9 Monate nach der Erstimplementierung Fortlaufend nach Bedarf

### Erweiterte Business-Impact-Analyse

Für viele Unternehmen, die nur über begrenzte Zeit und Ressourcen verfügen, ist es schwierig, Probleme auf ihrer Website basierend auf deren Folgen für das Unternehmen zu priorisieren. Im Rahmen dieses Angebots zeigen wir Ihnen, wie Sie einen Business-Case für jedes Problem erstellen, indem Sie die folgenden Fragen beantworten: Wann trat das Problem erstmals auf? Wie viele Besucher pro Tag waren davon betroffen? Wie wirkt sich das Problem auf die Konversionsrate aus? Wie hoch sind die Kosten für die Behebung des Problems, verglichen mit den Umsatzeinbußen/dem entgangenen Gewinn aufgrund des Problems? IBM verschafft Ihnen Einblick in jedes Problem auf Ihrer Website, sodass Sie Ihre Maßnahmen zur Websiteoptimierung genauer priorisieren und Ihre Ressourcen besser dort einsetzen können, wo sie mehr zum Unternehmenserfolg beitragen.

<b>Erforderliche IBM Tealeaf-Produkte</b>	Tealeaf cxImpact Tealeaf cxView
<b>Teilnehmer auf Kundenseite</b>	Verantwortliche aus den Abteilungen Tealeaf-Projektmanager Tealeaf-Ereignismodellierer Tealeaf-Benutzer
<b>Dauer</b>	3 Tage
<b>Empfohlener Zeitplan</b>	6 bis 9 Monate nach der Erstimplementierung Fortlaufend nach Bedarf

### Analyse von Kundenmeinungen

Immer mehr Unternehmen nutzen Umfrageprodukte für die Analyse der „Stimme des Kunden“ (Voice of Customer, VOC), um qualitativ hochwertiges Feedback zur Kundenerfahrung zu erhalten. Viele im E-Business tätige Unternehmen haben jedoch Schwierigkeiten, Feedback zu bestätigen und einen Business-Case auf der Basis dieses Feedbacks zu erstellen. Das Ziel dieses Angebots besteht darin, Ihnen zu zeigen, wie Sie die Vorteile Ihrer IBM Tealeaf-Lösung und der VOC-Integration voll ausschöpfen können. Es ist wichtig, Tealeaf-Sessions der Umfrageteilnehmer wiedergeben zu können und dadurch den Kontext ihres Feedbacks besser zu verstehen. Im Rahmen dieses Projekts erfahren Sie, wie Sie VOC-Feedback in konkrete Maßnahmen umsetzen können, indem Sie IBM Tealeaf-Lösungen einsetzen, um das Problem zu prüfen (wie viele andere Kunden machten dieselbe Erfahrung?) und die Auswirkungen eines bestimmten Problems auf den Unternehmenserfolg zu messen. Dadurch können Sie Websiteprobleme effektiver priorisieren.

<b>Erforderliche IBM Tealeaf-Produkte</b>	Tealeaf cxImpact Tealeaf cxConnect für die VOC-Analyse
<b>Teilnehmer auf Kundenseite</b>	VOC-Projektmanager Tealeaf-Projektmanager Technischer Administrator Verantwortlicher Analyst für die Websiteoptimierung
<b>Dauer</b>	1 Tag
<b>Empfohlener Zeitplan</b>	6 bis 9 Monate nach der Erstimplementierung Fortlaufend nach Bedarf

## 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](http://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.

© Copyright IBM Corporation 2013



Bitte der Wiederverwertung zuführen