



Highlights

- Quantifizieren Sie die Auswirkungen von Problemen auf Ihr Unternehmen, um Entscheidungen über Investitionen in mobile Services zu priorisieren. Sehen Sie, wie Kunden Ihre mobilen Services tatsächlich nutzen, sowohl auf erwartete als auch auf unbeabsichtigte Weise.
 - Stellen Sie die rasche Iteration und Bewertung neuer mobiler Features sicher, die sich als erfolgreich erweisen oder entfernt werden sollten. Gewinnen Sie umfassende Einblicke in Benutzer, Apps, Sites und Back-End-Verhaltensmuster.
 - Erhöhen Sie die Konversionsrate und den Umsatz aus Ihrem mobilen Vertriebskanal, indem Sie Barrieren und Probleme erkennen, die den Benutzern Schwierigkeiten bereiten.
-

IBM Tealeaf CX Mobile

Bessere Entscheidungen über Investitionen in mobile Services

Angesichts der raschen Verbreitung von mobilen Endgeräten wie Smartphones und Tablets haben die Verbraucher heute die Möglichkeit, Transaktionen praktisch jederzeit und überall auszuführen. Im E-Business-Bereich ergeben sich daraus wertvolle Möglichkeiten für Self-Service-Angebote für Kunden und vielversprechende neue Umsatzchancen. Dieser Vertriebskanal bringt jedoch auch neue Risiken mit sich. Eine vor Kurzem von Harris Interactive durchgeführte Studie zeigt, dass vier von fünf Erwachsenen, die im vergangenen Jahr eine mobile Transaktion durchführten, dabei auf ein Problem stießen.¹

Um sich in diesem wachsenden neuen Geschäftsfeld erfolgreich behaupten zu können, müssen Sie mobile Services und Funktionen bereitstellen, die Ihre Kunden annehmen und produktiv nutzen können. Die meisten im E-Business tätigen Unternehmen verfügen heute jedoch nicht einmal über einfachstes Wissen über mobile Benutzer und deren Interaktion mit dem Vertriebskanal. Angesichts der Vielzahl an mobilen Variablen – darunter verschiedene Endgeräte, Browser, Plattformen und Kanäle (d. h. mobile Websites, native Anwendungen und Hybrid-Apps) – ist das Risiko größer, dass Kunden mit Problemen konfrontiert werden. Einige dieser Probleme sind technischer Natur, aber vieles, was Kunden Schwierigkeiten bereitet – und zu schlechten Bewertungen im App-Store führt –, bezieht sich auf den Geschäftsprozess und die Benutzerfreundlichkeit. Diese Probleme lassen sich schwieriger erkennen, diagnostizieren und wirksam lösen.

IBM Tealeaf CX Mobile unterstützt Sie dabei, das Potenzial der herausragenden IBM Tealeaf-Lösungen für Customer Experience Management auf Ihre mobilen Websites, nativen Anwendungen und Hybrid-Apps anzuwenden. Auch Unterstützung für HTML5 steht zur Verfügung. IBM Tealeaf CX Mobile verschafft Ihnen neue Erkenntnisse und hilft Ihnen so, erfolgreiche mobile Services bereitzustellen.

Wichtigste Features

- **Unterstützung für mobile Webanwendungen, Hybrid-Apps und native Apps** für iOS und Android. Werden diese Features mit der Desktop-Website kombiniert, können Unternehmen ihren Online-Vertriebskanal für wichtige Benutzer deutlich verbessern, unabhängig davon, auf welchem Weg diese Kontakt zu ihnen aufnehmen.
- **Umfassende Einblicke in mobile Interaktionen** durch Erfassung von Benutzerinformationen auf mobilen Websites, in nativen Anwendungen und in Hybrid-Apps, einschließlich Interaktionen auf Netzwerk- und Clientseite.



- **Frühwarnsystem** zur Erkennung von Problemen mobiler Benutzer und zur proaktiven Bereitstellung von Hinweisen zu Fehlern bei mobilen Anwendungen, Problemen mit der Benutzerfreundlichkeit oder anderen Schwierigkeiten, die zu fehlgeschlagenen Transaktionen, dem Abbruch von Transaktionen, schlechten Bewertungen im App-Store und negativem Feedback führen.
- **Erweiterte Wiedergabe von mobilen Websitzungen**, hilft zu verstehen, warum die so handeln, wobei Sie sehen können, was Kunden auf dem Display ihres mobilen Endgeräts angezeigt wurde und welche Aktionen sie im Einzelnen durchgeführt haben – darunter Touch-Screen-Aktionen und Gesten (z. B. Vergrößern/Verkleinern, Zusammenschieben/Auseinanderziehen, Blättern nach links/rechts und Änderung der Ausrichtung).
- **Drag-and-drop-Analyse in Echtzeit** zur Quantifizierung der Auswirkungen auf den Umsatz und zur Segmentierung nach bestimmten Verhaltensweisen mobiler Benutzer oder Gerätemerkmalen.
- **Leistungsfähige Ad-hoc-Erkennung und -Segmentierung** zur schnellen Erkennung und Eingrenzung von Problemen bei mobilen Sitzungen von Kunden – sowohl einzelnen Kunden als auch Kundengruppen –, ohne dass Tags oder Beacons vordefiniert werden müssen.

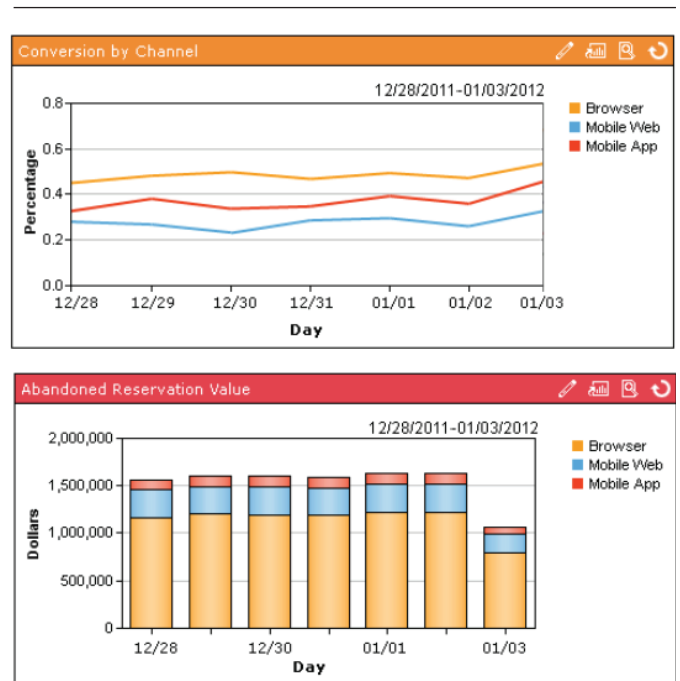


Abbildung 3: Tealeaf CX Mobile liefert aussagefähige Informationen über geschäftsrelevante Kennzahlen und die Benutzererfahrung, aufgeschlüsselt nach verschiedenen Kanälen.

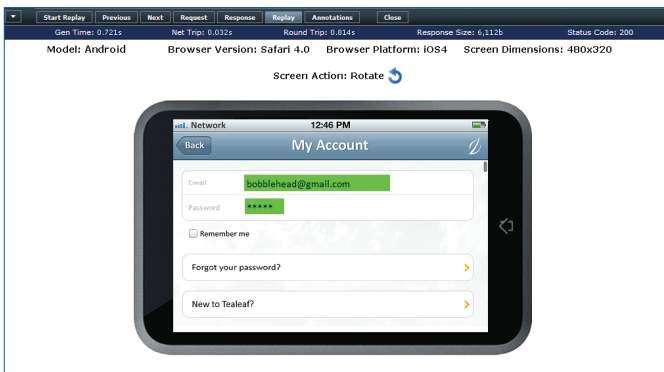


Abbildung 1: Die erweiterte Wiedergabe mobiler Sitzungen zeigt ausrichtungsorientierte Aktionen wie die Drehung des Geräts an (d. h. Hoch- oder Querformat).

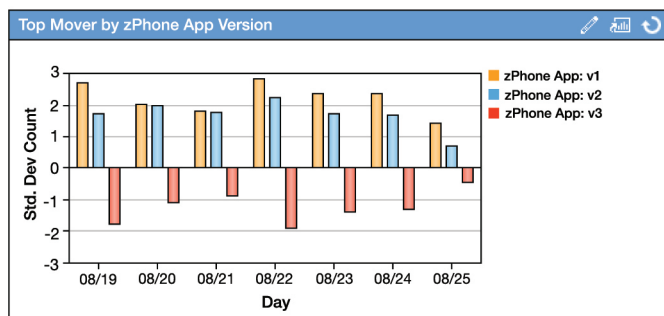


Abbildung 2: Das Dashboard „Top-Mover und Top-Driver“ fungiert als Frühwarnsystem in Bezug auf Probleme bei mobilen Interaktionen.



Abbildung 4: Zusätzliche Heatmap-, Link-, Formular- und Attention-Map-Analysen helfen Ihnen, die Absichten der Benutzer besser zu verstehen. Diese Analysen sind dank der Integration von Tealeaf cxOverstat möglich.

Funktionsweise

Tealeaf CX Mobile, ein Add-on zu IBM Tealeaf CX, bietet umfassende Unterstützung für mobile Websites, native Anwendungen und Hybrid-Apps. Tealeaf CX Mobile kombiniert die passive Netzwerkerfassung von Tealeaf CX mit einem Framework für die intelligente Anwendungsprotokollierung und liefert dadurch bislang beispiellose Erkenntnisse. Diese Kombination hilft Ihnen, mobile Benutzer besser zu verstehen, indem sie Ihnen Einblick in kritische netzwerk- und clientseitige Aktivitäten verschafft. Tealeaf CX Mobile stellt zudem verbesserte Informationen zu Smartphones und Tablets bereit, indem das Benutzerverhalten auf Geräteebene und auf dem Display, z. B. Blättern, Wischen und weitere Aktionen, erfasst werden. Dank dieser fundierten Einblicke können Sie mit Tealeaf CX Mobile erkennen, wie Benutzer mit Ihren mobilen Features interagieren, sodass Sie bessere Entscheidungen über Investitionen in mobile Services treffen können.

Multi-Channel-Visibilität

Die höchste Kundenzufriedenheit und effektivste Kundenbindung erreichen Unternehmen, die immer wieder die Kundenerfahrung über verschiedene Onlinekanäle – Desktop-Web, mobile Endgeräte, Social Media und Contact-Center – verbessern und ihren Kunden zuverlässige Geschäftstransaktionen über den Kontaktkanal ihrer Wahl ermöglichen.

Durch die Übersicht und Einblicke, die Ihnen Tealeaf CX Mobile liefert, können Sie nicht nur Ihren am schnellsten wachsenden Vertriebskanal ausbauen, sondern auch die Unterschiede zwischen Ihren verschiedenen Onlinekanälen hervorheben. Wird Tealeaf CX Mobile in Verbindung mit IBM Tealeaf cxReveal eingesetzt, können Benutzer diese Erkenntnisse mit Call-Center-Mitarbeitern teilen. Diese können Kunden dann einen besseren Service bieten, indem sie von einem Kanal zum nächsten wechseln.

Analyse und Alerts in Echtzeit

Wenn Sie Tealeaf CX Mobile mit Tealeaf CX kombinieren, können Sie Daten von mobilen Sessions Ihrer Kunden in Echtzeit analysieren, basierend auf einer Gruppe benutzerdefinierter Regeln oder „Ereignisse“. So erhalten Sie schnell Informationen und Einblicke in die Probleme, die Ihren Kunden Schwierigkeiten bereiten – z. B. die mehrfache Wiederholung eines Prozesses, der nicht abgeschlossen wird.

Tealeaf CX Mobile nutzt die algorithmische Erkennung innerhalb von IBM Tealeaf cxView, um Kundenprobleme mit gravierenden Auswirkungen automatisch aufzudecken und im Echtzeit-Dashboard „Top-Mover und Top-Driver“ anzuzeigen. Tealeaf CX Mobile löst außerdem Alerts aus, wenn bestimmte Schwellenwerte oder Ereigniskennzahlen überschritten werden. Von diesen Alerts können Sie schnell mittels Detailabfrage den exakten mobilen Benutzer finden, der betroffen ist, und dessen Sitzungen wiedergeben, um verwertbare Erkenntnisse zu gewinnen.

Unterstützung für mobile Websites, Tablets, Hybrid-Apps und native Apps

Parallel zur Weiterentwicklung des mobilen Vertriebskanals und zur Entstehung neuer Plattformen und Browser wird auch Tealeaf CX Mobile weiter ausgebaut. Diese Lösung unterstützt Apps und Websites, die über Tablets und Mobiltelefone mit der iOS- und Android-Plattform angezeigt werden. Zusätzlich stellen wir HTML- und HTML5-Unterstützung bereit.

Ad-hoc-Segmentierung mobiler Benutzer

Als Ergänzung zur Wiedergabe von Sitzungen liefert Tealeaf CX Mobile fundierte Daten zu mobilen Benutzern und mobilen Endgeräten. Verfügbare Berichte zu Nutzungsstatistiken und -mustern bieten die Möglichkeit, Ad-hoc-Kundensegmente auf der Basis der Merkmale mobiler Endgeräte, z. B. Hersteller, Betriebssystem, Browsertyp, Bildschirmauflösung und mehr, zu erstellen.

Erstellung von Dimensionsberichten

Mit den Funktionen von IBM Tealeaf cxImpact zur Erstellung von Dimensionsberichten ermöglicht Tealeaf CX Mobile E-Business- und IT-Benutzern eine flexible Echtzeitanalyse. Über die intuitive Drag-and-drop-Schnittstelle können Sie schnell Umsatzeinbußen aufgrund bestimmter Kundenprobleme (z. B. eines Problems auf der Checkout-Seite) oder anderer Probleme auf der Website quantifizieren und eine Segmentierungsanalyse durchführen. Anschließend können Sie Berichte freigeben und an die Unternehmensführung und weitere Verantwortliche verteilen.

Einblicke in die Absichten von Benutzern

Durch die Integration von IBM Tealeaf cxOverstat ermöglicht Tealeaf CX Mobile Heatmap-, Link-, Formular- und Attention-Map-Analysen, die Ihnen helfen, die Absicht von Benutzern im Hinblick auf mobile Webanwendungen besser zu verstehen. Tealeaf cxOverstat ist ein Add-on zu Tealeaf CX Mobile und liefert analytische Overlays, mit deren Hilfe Onlineanalysten, Marketingmitarbeiter und für die Benutzerfreundlichkeit verantwortliche Web-Designer die Absichten der Benutzer herausfinden können.

Universelle Suche

In Verbindung mit den Suchfunktionen von Tealeaf cxImpact bietet Ihnen Tealeaf CX Mobile die Möglichkeit, bestimmte mobile Sitzungen von Kunden schnell zu finden und abzurufen, indem Sie nach bestimmten Merkmalen des mobilen Endgeräts (Telefonmodell, Display-Größe, Browserversion), HTTP-Parametern, Freitextzeichenfolgen oder von Tealeaf CX festgestellten Ereignissen (z. B. Abbruch einer Zahlung) suchen.

Anmerkung: Tealeaf CX Mobile ist ein Add-on zu Tealeaf CX und wird separat angeboten.

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 Servicenamen 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 „A Report on the Mobile Customer Experience“, Harris Interactive, März 2011.

© Copyright IBM Corporation 2013



Bitte der Wiederverwertung zuführen