

Kundenvertrautheit in allen Vertriebskanälen  
und innerhalb Ihres Unternehmens aufbauen



IBM **Information Management** software

## Sorgen Sie für eine bessere Übersicht Ihrer Kundendaten in allen Vertriebskanälen: IBM Customer Care Solution for Retail



### Highlights

- **Profitieren Sie von einer umfassenden Übersicht aller Kunden in allen Vertriebskanälen**
- **Greifen Sie von allen Systemen in Ihrem Unternehmen auf Kundenprofile und Kontaktinformationen zu**
- **Sorgen Sie für nahtlose Kundeninteraktionen in allen Vertriebskanälen, um konsistente Service-Levels zu gewährleisten**
- **Behalten Sie den Überblick, welche Cross-Selling- und Up-Selling-Angebote für einzelne Kunden relevant sind**

Wenn Ihre Vertriebskanäle expandieren, entwickeln und erhöhen sich mit diesen auch die Kundenerwartungen. Um mit dieser Entwicklung Schritt zu halten, muss Ihre IT-Infrastruktur flexibel genug sein, damit Sie auf die Kundenanforderungen und auf neue Erwartungen reagieren können, ohne hierfür Ihre Geschäftsaktivität zu unterbrechen. Die IBM Customer Care Solution for Retail bietet Ihnen die Technologie, die Sie benötigen, um Ihre wertvollsten Assets uneingeschränkt wiederverwenden zu können: Kundendaten. Diese umfassende Lösung bietet Ihnen einen Überblick über alle Kundendaten im ganzen Unternehmen. Dabei ist sichergestellt, dass Kunden- und Kontendaten in den verschiedenen Vertriebskanälen konsistent und präzise sind. Umgekehrt können Sie einen besseren Service bieten, um Kunden zu binden, während Sie Service-Levels für gute Kunden differenzieren und Maßnahmen zur Verkaufsförderung effizienter platzieren können. Welche Vorteile haben Sie davon? Bessere Umsatzchancen und eine effizientere sowie wirksamere Nutzung von Informationen in Ihrem Unternehmen.

### Entscheiden Sie sich für die richtige Lösung von einem Unternehmen, das Ihr Problem versteht

IBM kennt die dramatischen Umstrukturierungen, denen Einzelhändler auf dem Markt gegenüberstehen. Die aktuellen IT-Systeme und Geschäftsprozesse sind nicht optimiert, weshalb Einzelhändler nicht schnell genug auf Kundenanforderungen reagieren können. Angesichts dieser Herausforderungen unterstützt Sie die IBM Customer Care Solution for Retail dabei, das Vertrauen Ihrer Kunden zu gewinnen, um einen wichtigen Wettbewerbsvorteil zu gewinnen.

### **Veränderte Kundenerwartungen**

Ihr Unternehmen hat mit Sicherheit bereits festgestellt, dass Verbraucher immer ausgereifere Einkaufsmethoden entwickeln. Sie suchen ganz gezielt nach dem gewünschten Produkt zum günstigsten Preis. Sie kaufen bei dem Händler ein, der die meisten Mehrwertservices für das Produkt und mehrere Vertriebskanäle bietet (z. B. online kaufen, im Laden abholen). Werden diese Erwartungen nicht erfüllt, öffnet dies Tür und Tor für die Mitbewerber. Darüber hinaus entscheidet nicht mehr allein der Preis über die Differenzierung von Kunden. Viele Kunden kaufen jetzt hochwertige Produkte zu günstigen Preisen, während sie gleichzeitig Luxusgüter zu hohen Preisen erwerben. Für Sie bedeutet dies, dass Sie Ihre Kunden besser kennen lernen müssen, um deren Bedarf zu bestimmen und Ihre Umsatzziele zu erreichen.

### **Unzureichende IT-Infrastruktur zum Erfüllen der Kundenerwartungen**

Teil dieser neuen Kundenanforderungen ist die Tatsache, dass die älteren IT-Systeme, die in den Achtziger- und Neunzigerjahren entwickelt wurden, wahre Goldminen sind, da sie wertvolle Daten enthalten. Allerdings fehlt die Technologie, mit der diese Daten weiter genutzt und bei Bedarf an die richtigen Systeme und Personen in Ihrem Unternehmen weitergeleitet werden können. Dies führt zu inkonsistenten Kunden- und Kontendaten an den verschiedenen Interaktionspunkten wie beispielsweise im Web, im Call-Center und in den Filialen, was

wiederum entgangene Umsätze und falsch platzierte Werbeaktionen zur Folge haben kann – von inkonsistentem Service ganz zu schweigen. Auf Grund dieser Altsysteme können Sie die Anforderungen Ihrer Kunden nicht mehr erfüllen oder übertreffen bzw. auf Verkaufschancen reagieren, da die Kundendaten in Silos der verschiedensten Anwendungen und Abteilungen verwaltet werden. Dies macht es Ihnen nahezu unmöglich, selbst einfache Dinge zu erkennen, wie zum Beispiel eine Web-Stammkundin, die im Call-Center anruft.

### **Mit der IBM Customer Care Solution for Retail können Sie die Herausforderungen annehmen**

Die immer höheren Erwartungen der Kunden führen dazu, dass diese ein konsistentes Einkaufserlebnis voraussetzen, ganz gleich, ob sie in einer Filiale, online oder über einen Katalog einkaufen. Stammkunden erwarten herausragenden Service, und alle Verbraucher gehen davon aus, dass Sie deren Vorgaben zum Schutz der Privatsphäre respektieren. Wie also lassen sich Ihre IT-Systeme so aktualisieren, dass Sie diese Herausforderungen meistern können? Die IBM Customer Care Solution for Retail bietet Ihnen die Technologie, die Sie benötigen, um konsistente, präzise Informationen zu Ihren Kunden über mehrere Kanäle abzurufen. Auf diese Weise können Sie alle Erwartungen und Aufgaben flexibel und erfolgreich erfüllen.

### **Behalten Sie den Überblick über Ihre Kunden**

Wie bereits dargelegt, lassen viele Altsysteme keinen umfassenden Kundenüberblick zu. Darüber hinaus kann mit diesen Systemen nicht sichergestellt werden, dass die richtigen Kundendaten, basierend auf dem jeweiligen Vertriebskanal (Call-Center, Rechnungsstellung, Marketingkampagnen usw.), dem richtigen Geschäftsbenu-tzer zur Verfügung stehen. Wenn beispielsweise die Einzelhandelskundin „Daniela“ ihre Adresse auf einer Unternehmenswebsite aktualisiert, erwartet sie, dass dies ausreicht – was jedoch nicht der Fall ist. Da es keinen Geschäftsprozess zum Aktualisieren und gemeinsamen Verwenden einer Adressänderung auf allen Systemen gibt und nur eine Datenbank (die der Website) aktualisiert wird, haben alle anderen Kanäle die neue Adresse von Daniela nicht. Direktmailings, Kontoauszüge und andere kritische Informationen werden an ihre alte Adresse gesendet, was zu entgangenen Umsätzen, Frust und möglicherweise sogar zum Verlust der Kundin führen kann.

Angesichts der hohen Kosten für die Kundengewinnung können sich Einzelhändler keine Abwanderung ihres Kundenstamms auf Grund nicht weitergeleiteter Informationen leisten. Die IBM Customer Care Solution for Retail umfasst eine zentrale Übersicht des Kunden und ermöglicht so ein tiefgreifendes und zeitgerechtes Verständnis für den Kunden, da unterschiedliche Ansichten für die verschiedenen Unternehmensbereiche verwaltet werden. Ohne eine zentrale Übersicht des Kunden kann keine Multi-Channel-Lösung ein herausragendes Einkaufserlebnis garantieren. Aktualisiert Daniela ihre Adresse online, werden mit dieser Lösung die Systeme aller anderen Vertriebskanäle gleichzeitig aktualisiert.

### **Differenzierte Service-Levels für verschiedene Kundenebenen**

Eine zentrale Übersicht der Kunden sorgt nicht nur für besseren Service. Sie kann auch höhere Umsätze nach sich ziehen. Ohne ein solches ganzheitliches Bild vom Kunden hat der Vertriebsbeauftragte eines Vertriebskanals keinen Einblick in das Umsatzprotokoll, die demographischen Daten und Vorlieben des Kunden aus anderen Vertriebskanälen. Daher kann er seine Up-Selling-Möglichkeiten nur eingeschränkt nutzen. Obwohl diese wertvollen Informationen dem Unternehmen alle bekannt sind – sie sind lediglich in verschiedenen Systemen gespeichert. Angenommen, Jane ist beim Marketing als umsatzstarker Kunde für Einkäufe über die Website bekannt. Wenn sie jedoch im Call-Center anruft, hat der Ansprechpartner keine Ahnung, wer sie ist. Diesem Ansprechpartner stehen keine Daten über Jane zur Verfügung, sondern lediglich Daten zu Kunden, die Service anfordern. Jane ist enttäuscht, da sie bereits viel Geld auf der Website des Unternehmens ausgegeben hat. Das Unternehmen scheint nicht nur keine Informationen über sie gespeichert zu haben, ihr wird nicht einmal eine bevorzugte Behandlung gewährt (z.B. Sonderrabatte oder Warenproben), die sie auf Grund ihrer Onlineinteraktionen eigentlich erwartet hätte.



Durch die Implementierung einer zentralen Übersicht der Kunden unterstützt Sie IBM Customer Care for Retail dabei, Kundenenttäuschungen zu vermeiden und Services anzubieten, die den Kundenerwartungen entsprechen. Wenn Sie beispielsweise mehreren Vertriebskanälen mit Kundenkontakt eine präzise Übersicht der Kundendaten zur Verfügung stellen, erhalten VIP-Kunden Zugriff auf spezielle Rabatte, gelockerte Rückgabebedingungen, Warenproben, günstigere Versandkosten oder andere Angebote, die für besondere Kunden definiert wurden. Wenn Jane beispielsweise mit dem Unternehmen interagiert, wird sie in allen Vertriebskanälen gleich behandelt. Auf diese Weise hat sie ein erfreulicherer Käuferlebnis – was sich letztendlich positiv auf die Umsätze des Unternehmens auswirkt.

### **Werbekampagnen richtig platzieren**

Die IBM Customer Care Solution for Retail ermöglicht auch umfassende Kundenanalysen über IBM Retail Industry Models. Diese Modelle ermöglichen es, alle Kundendaten nach ihrer Bedeutung für das Unternehmen und ihre Beziehungen untereinander einzuordnen. Darüber hinaus werden diese Modelle in Verbindung mit den Schablonen der IBM Retail Business Solution verwendet. Dank dieser leistungsstarken Kombination können Sie in Verbindung mit der zentralen Übersicht der Kunden die Wirksamkeit des Marketings und die Einblicke in das Kaufverhalten verbessern, was zu höheren Umsätzen und niedrigeren Kosten führen kann.

Angenommen, ein dritter Kunde, „Robert“, hat vor kurzem einen Plasmafernseher von einem Audio-/Videohändler gekauft. Wird sein Umsatzprotokoll nicht sofort allen Vertriebskanälen zur Verfügung gestellt, erhält er eventuell vom Direktmarketingkanal des Unternehmens Angebote für

### **Kundenmanagement**

- Campaign & Promotion Analysis
- Cross Purchase Behavior Analysis
- Cross-Sell Analysis
- Customer Attrition Analysis
- Customer Complaints Analysis
- Customer Interaction Analysis
- Customer Lifetime Value
- Customer Loyalty
- Customer Movement Dynamics
- Customer Profile Analysis
- Customer Profitability
- Lead Analysis
- Market Basket Analysis
- Product Purchasing RFQ Analysis
- Purchase Profile Analysis
- Target Product Analysis
- Market Analysis

Abbildung 1: Schablonen der IBM Retail Business Solution.



Plasmafernseher. Hierdurch entstehen dem Unternehmen unnötige Ausgaben, und Robert ist eventuell enttäuscht. Doch mit einer 360-Grad-Ansicht des Umsatzprotokolls von Robert kann das Unternehmen diesem Kunden Werbeaktionen für Heimkinosysteme senden, die an die Entertainmentvorlieben angepasst wurden, die er auf der Website des Unternehmens angegeben hat. Dank diesem Einblick in die Kundendaten ermöglicht die IBM Customer Care Solution for Retail effizientere und Gewinn versprechende Werbeaktionen.

### **Realisieren Sie schnelle Gewinne, und ebenen Sie den Weg in die Zukunft**

Das Herzstück der IBM Customer-Care-Strategie ist ein flexibles MDM-Lösungsframework (Master Data Management), das einen schnellen Return on Investment verspricht, während es gleichzeitig den Weg in die Zukunft ebnet. Die einzigartigen IBM Leistungsmerkmale der MDM-Lösungen sorgen in Verbindung mit langjähriger Erfahrung im Einzelhandel für eine hochwertige Kombination an Technologien und Implementierungsservices zur Unterstützung der Umstrukturierung. Auf der Basis einer erweiterbaren und wiederverwendbaren Plattform sorgt die MDM-Lösung für präzise und zeitgerechte Kundendaten, die übersichtlich und kontextbezogen angeordnet sind. Die Grundlage des Frameworks, der IBM Information Server, ermöglicht es den Kunden, Informationen von Anwendungs- und Datenbanksilos im ganzen Unternehmen und darüber hinaus zu entschlüsseln, zu optimieren, zu integrieren und im Kontext von Tools zur Kundenbetreuung anzuzeigen.

### **Investieren Sie in Ihre Zukunft**

Durch praktische Erfahrung, die bei Implementierungen und kürzlichen Übernahmen klassenbesten MDM-Technologien gewonnen wurden, hat IBM die derzeit stabilste und umfassendste Plattform zur Kundenbetreuung entwickelt. Doch dabei bleibt es nicht. IBM forscht ständig weiter, um ihre Kunden optimal zu unterstützen – vor allem, wenn es darum geht, die Probleme mit Kundendaten zu lösen. Hierfür baut die IBM ständig die zentralen Funktionen aus und erweitert die Plattform um neue Tools. Beispielsweise ermöglichen vor kurzem getätigte Investitionen in Multi-Form-MDM den Kunden, eine heterogene Mischung aus Kunden-, Produkt-, Lieferanten-, Standort- und Kontendaten zu unterstützen.

Mit der Weiterentwicklung von Personen und Technologien wird Kundenbetreuung auch in Zukunft ein strategisches Muss bleiben. Die Umgebung der Zukunft wird sich durch aktiven und dynamischen Zugriff auf alle Kundendaten auszeichnen. Diese Daten werden übersichtlich und kontextbezogen angeordnet sein sowie präzise und in Echtzeit zur Verfügung stehen, damit Sie Ihre Umsatzziele erreichen können. IBM hat diese Herausforderungen erkannt und ist bereit, führende Unternehmen zu unterstützen, wenn sie diese Herausforderungen annehmen und ihre Kundenbetreuung umstrukturieren.

### **Weitere Informationen:**

Weitere Informationen zu IBM Customer Care Solutions for Retail erhalten Sie bei Ihrem IBM Vertriebsbeauftragten oder unter:

[ibm.com/software/data](http://ibm.com/software/data) oder

[ibm.com/software/software/data/ips](http://ibm.com/software/software/data/ips)



IBM Deutschland GmbH  
70548 Stuttgart  
[ibm.com/de](http://ibm.com/de)

IBM Österreich  
Obere Donaustraße 95  
1020 Wien  
[ibm.com/at](http://ibm.com/at)

IBM Schweiz  
Vulkanstrasse 106  
8010 Zürich  
[ibm.com/ch](http://ibm.com/ch)

Die IBM Homepage finden Sie unter:  
[ibm.com](http://ibm.com)

IBM, das IBM Logo und [ibm.com](http://ibm.com) sind eingetragene Marken der IBM Corporation.

Andere Namen von Unternehmen, Produkten und Services können Marken oder Servicemarken anderer Unternehmen sein.

Hergestellt in den USA.  
07-07

© Copyright IBM Corporation 2007  
Alle Rechte vorbehalten.

**TAKE BACK CONTROL WITH** **Information Management**