



Salesforce Systemanbindung an SAS CI 360 und die Customer Data Platform (CDP)

Wie man mit smart kombinierter Technologie nachhaltig Kunden aktiviert

Theoretisch wissen Unternehmen über ihre Kunden genug, um die Kundenbeziehung laufend mit relevanten Angeboten und einer aufmerksamen Kommunikation perfekt verkaufsfördernd und gewinnbringend zu gestalten. In der Praxis ist das jedoch in vielen Fällen bisher leider noch nicht so. Zwar werden mit jeder Kundeninteraktion große Mengen an Daten erhoben, nur leider können oft keine nützlichen Schlüsse daraus gezogen werden. Man hat keine Rundumsicht auf den Kunden. Warum nicht? Software und Systeme gibt es genug – sie haben bisher jedoch nicht miteinander „gesprochen“.

CINTELLIC löst dieses Problem mittels Marketing Automation und einer neuen Softwarekombination: der Anbindung von Salesforce mit der Komponente SAS Customer Intelligence 360 und einer Customer Data Platform (CDP).

Was haben Banken, Versicherungen, Handel und Telekommunikations-Anbieter gemeinsam?

So unterschiedlich die Branchen auch sind, sie alle eint, dass gute, nutzbar aufbereitete Daten der Schlüssel zum Vertriebs- und damit zum Unternehmenserfolg sind. Alle haben gelernt, möglichst viel über ihre Kunden in Erfahrung zu bringen, große Mengen an Daten zu erheben. Jeder einzelne Kundenkontakt bietet dabei eine neue Chance, dem Kunden ein Angebot zu machen, ihm etwas zu verkaufen.

Nur ist es leider in der Praxis so, dass all die schönen Kundendaten, die gemeinsam ein rundes Bild der Bedürfnisse und Konsumvorhaben abgeben könnten, bei Unternehmen oft noch in verschiedenen Systemen abgelegt werden. Ihren Ursprung hat das in der früher üblichen Silo-Organisation von Unternehmen: Die einzelnen Abteilungen arbeiten für sich, zwischen ihnen gibt es kaum Austausch. Und selbst wenn alle verfügbaren Daten im unternehmenseigenen Data Warehouse (DWH) zusammengefasst sind, ist kaum je gewährleistet, dass es eine Verbindung gibt zwischen aktuellen Kundeninteraktionsdaten und den Daten zu diesem Kunden aus anderen Quellen, die so etwas wie Echtzeitkommunikation möglich machen könnte.

Wenn Systeme nicht miteinander sprechen, sind Daten nichts wert

Ein Beispiel aus der Praxis einer Versicherung: Der geschätzte Kunde wurde per E-Mail gebeten, die Rechnung für seine Privathaftpflichtversicherung im Kundenbereich auf der Webseite abzuholen. Dieser Bitte kommt er zügig nach. Auf der Webseite des Versicherers wird ihm eine attraktive Hausrat-Versicherung angeboten, die viel günstiger ist als seine. Der Kunde ist interessiert und fängt an, das damit verbundene Formular auszufüllen. Leider kommt ihm mittendrin etwas dazwischen, er bricht die Aktion deshalb ab und loggt sich aus.

Ist dies das Ende der Customer Journey? In vielen Unternehmen ja, denn das Interesse des Kunden läuft ins Leere, und wenn der Kunde selbst nicht noch einen Anlauf unternimmt, das Angebot anzunehmen, bleibt es dabei.



Definition Customer Data Platform (CDP): Die CDP ermöglicht eine Rundumsicht auf jeden Kunden, indem Daten aus verschiedenen Quellen, auch aus dem Kundenverhalten in Echtzeit, verknüpft und laufend angereichert werden. Ziel ist eine optimale Kundenkommunikation – und aus Sicht des Kunden ein perfektes Kundenerlebnis, das idealerweise in große Kundenzufriedenheit und -treue mündet.



Mehr dazu: <https://www.cintelllic.com/publikationen/customer-data-plattform/>

Wie die Anbindung von Salesforce und der SAS Komponente CI 360 an die CDP aus Chancen Geschäft macht

Steigt der Kunde während des Einkaufsprozesses, beispielsweise mitten im Ausfüllen eines Formulars, aus, muss das kein „Nein“ bleiben. CINTELLIC bietet eine Marketing Automation Lösung, wie es trotz einer Unterbrechung doch noch zum Abschluss des Hausrat-Versicherungsvertrages – als Beispiel für Geschäfte in vielen Branchen – kommen kann.

So geht es: Die an die Customer Data Platform (CDP) angebundene SAS Customer Intelligence 360 Komponente greift im Moment des Kaufabbruchs die relevanten Daten ab (Kunde, Name, Bestandsprodukt, neues Produkt Hausrat. etc.). Diese werden in Echtzeit an Salesforce übermittelt. Von hier wird die Information, dass dieser Kunde offenbar Interesse an einer Hausrat-Versicherung hat, an einen Mitarbeiter im Customer Care Center weitergegeben. Dieser kann den Kunden kontaktieren und das Geschäft doch noch unter Dach und Fach bringen.

Die Ergebnisse aus dem Kundenkontakt werden über SAS CI 360 an die CDP zurückgespielt und dort zentral abgelegt. Alle Folgekampagnen aus SAS Customer Intelligence 360 basieren auf dem Wissen über den Kunden, das mit jeder Interaktion angereichert wird. War der Kunde für den Agent beispielsweise trotz mehrerer Versuche nicht erreichbar, wird der Kontakt automatisiert über E-Mail gesucht und über die SAS CI 360 Plattform ausgespielt.

Fazit: Reagiert ein Kunde, egal auf welchem Kanal, positiv auf ein Angebot, es kommt jedoch nicht zustande, können durch die Systemanbindung von Salesforce und SAS CI 360 an die Customer Data Platform alle Register der Aktivierung gezogen werden, um aus der Verkaufschance einen Verkaufserfolg zu machen.

Gründe, warum diese Marketing Automation Lösung gerade jetzt die beste Lösung ist

- 1. Viele Datenquellen:** Die Anzahl der Quellen, die kundenbezogene Informationen liefern, wächst rasant. Kundendaten werden heute über Online- und Offline-Kanäle generiert, in der Filiale, über Messenger, Abrechnungsdaten, Daten aus unternehmenseigenen Quellen werden mit Daten aus externen Quellen angereichert – all diese Daten werden erhoben, um Kunden möglichst gut kennenzulernen, um aus jeder Kundenbeziehung das Maximum „herauszuholen“. In der Verknüpfung von Salesforce mit SAS CI 360 und der im Hintergrund angebundene Customer Data Plattform können diverse Datenquellen zusammengeführt, für Kampagnen genutzt werden. Der Datenschatz wird laufend wertvoller und die Customer Journey passt sich an die Kundenbedürfnisse an.
- 2. Viele Daten – überlastete Systeme:** Die diversen CRM Systeme, die es auf dem Markt gibt, können diese geradezu explodierenden Datenvolumen nicht verarbeiten, und schon gar nicht in Echtzeit. Die CDP Komponente von SAS ermöglicht dies.

3. **Jetzt verknüpfen!** Viele Unternehmen haben eine Menge Technologie – Systeme, Tools, Applikationen – im Einsatz, die jedoch nicht miteinander verbunden sind. Hier gehen jeden Tag Milliarden von Daten verloren, so wie im oben erläuterten Beispiel aus der Hausrat-Versicherung: Der Abbruch des Kaufprozesses kann das Ende der Sackgasse bedeuten, muss es aber nicht. Die CDP-Komponente von SAS ist mit Salesforce und vielen anderen Systemen verknüpfbar.
4. **Grundlage strategischer Entscheidungen:** Nicht zuletzt ist der Kundendatensatz mit seinen Potenzialen, die man hebt, wenn Daten sinnvoll verknüpft werden können, eine Grundlage für strategische Entscheidungen im Unternehmen, beispielsweise für die Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen, für die Anpassung der Preis- und Konditionenpolitik oder andere Entscheidungen, die das Unternehmen voranbringen.

Was Unternehmen daran hindert, ein solches Projekt umzusetzen

Obwohl die Vorteile auf der Hand liegen, tun sich Unternehmen oft schwer mit einer Systemanbindung, wie wir sie hier vorgestellt haben. Woran liegt das?

Am Menschen. Viele Entscheider haben Angst davor, ihre bestehenden Systeme in eine neue Dimension zu führen, nach dem Motto „never change a running system“. Außerdem besteht die Befürchtung, dass der Geschäftsprozess während eines solchen Projekts zum Erliegen kommen könnte. Diese Befürchtung kann man leicht entkräften, weil das Projekt im Hintergrund läuft. Es wird so lange mit den alten Systemen gearbeitet, bis die „neue Welt“ sich von alleine drehen kann. In manchen Unternehmen stellen wir auch hin und wieder fest, dass es einfach keine Bewusstheit für all die Chancen gibt, die eine Verknüpfung wie hier vorgestellt, Salesforce mit SAS CI 360 CDP, bietet. Hier erzeugt die Berechnung der Umsatzpotenziale verlässlich Aha-Effekte.

Ganz grundsätzlich kommt es auch darauf an, wie weit Unternehmen ihr CRM entwickelt haben. Es gibt noch Unternehmen, die glücklich damit sind, personalisierte E-Mails verschicken zu können. Da ist in Sachen Kundenerlebnis und Kundenzufriedenheit Luft nach oben.

Warum ist CINETELLIC ein zuverlässiger Partner für die Salesforce Systemanbindung an SAS CI 360 Customer Data Platform?

- Ihr Nutzen ist enorm: Wir schaffen für Sie eine Oberfläche für all Ihre Kampagnen und Kanäle. Das Durcheinander diverser Plattformen, Tools, Datenlandschaften und Oberflächen gehört der Vergangenheit an.
- CINETELLIC verfügt über viel Erfahrung in der Anbindung von SAS CI 360 an Systeme wie Salesforce, für ganz unterschiedliche Kunden und Branchen.
- CINETELLIC zeichnet sich durch fundiertes Know-how in Systemen, Tools und Applikationen aus. Das spart Zeit in der Einarbeitung und damit Geld.
- Behalten Sie Ihre bestehenden Systeme, Sie benötigen keine neue Toolsauswahl. Die SAS CI 360 und die damit verbundene CDP-Komponenten von SAS docken an Ihre Gegebenheiten an. Das Tagesgeschäft kann weiterlaufen, so dass Sie keine Einbußen haben werden.
- Wir wissen von vornherein, welche Probleme bei der Einrichtung einer solchen Lösung zu erwarten sind und können diese daher gleich vermeiden oder schnell beheben.

Wie Sie am schnellsten in Ihr Projekt mit CINETELLIC starten

Unser Fokus liegt darauf, dass Sie so schnell wie möglich Nutzen aus unserer Zusammenarbeit ziehen. Deshalb gehen wir wie folgt vor:

- In einem ersten Schritt erstellen wir gemeinsam eine Übersicht über die Systemlandschaft oder Systemarchitektur in Ihrem Unternehmen. Unser Ziel ist es, an der richtigen Stelle anzusetzen, so dass wir schnell große Mehrwerte für Sie erzielen.
- Dann entwickeln wir gemeinsam in Workshops das Zielbild: Welche Systeme sollen angebunden werden? Wo beginnen wir? Unser Motto: „Start small, grow fast!“. Normalerweise beginnen wir mit 1-3 Anwendungen („Use Cases“), Sie können selbst skalieren.
- 1-2 Berater von CINETELLIC begleiten das Projekt bei Ihnen vor Ort. Sie passen sich Ihrer Arbeitsweise an und berücksichtigen die Gegebenheiten bei Ihnen.
- Ein Projekt dauert zwischen drei und sechs Monaten. Die Devise: „Plan – build – run“.

Ansprechpartner



Dr. Jörg Reinnarth
Geschäftsführer
CINTELLIC Consulting Group
joerg.reinnarth@cintelllic.com



Stephan Klöckner
Senior Manager
CINTELLIC Consulting Group
stephan.kloeckner@cintelllic.com

Über CINTELLIC

Die 2010 gegründete CINTELLIC Consulting Group ist eine auf digitales Kundenmanagement spezialisierte Unternehmensberatung, die ihre Klienten vom ersten Konzept bis zur Umsetzung in der Praxis ganzheitlich begleitet. An den Standorten in Bonn, Frankfurt am Main und München arbeiten über 70 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Zu den Klienten zählen DAX-Konzerne, führende mittelständische Unternehmen und insbesondere zahlreiche sogenannte „Hidden Champions“ mit den Branchenschwerpunkten Banken und Versicherungen, Telekommunikation, IT, Medien, Unterhaltung, Handel, E-Commerce, Versorger und Logistik.

www.cintelllic.com

#jointheteam

CINTELLIC befindet sich auf Wachstumskurs. Vielleicht mit Ihnen? Jetzt Stellenanzeigen entdecken und bewerben!

<https://www.cintelllic.com/stellenangebote/>

Cintelllic im Social Web



Cintelllic GmbH

Remigiusstraße 16
53111 Bonn
t +49 228 92 65 18 20
info@cintelllic.com
www.cintelllic.com

