



SAS 360 Services: Modernes Marketing mit noch mehr Effizienz

Innovative Dienste und Erweiterungen von SAS Customer Intelligence 360 für engere Kundenbindung und messbar bessere Ergebnisse

Innovative Dienste und Erweiterungen von SAS Customer Intelligence 360 für engere Kundenbindung und messbar bessere Ergebnisse

Heidelberg, 5. August 2020 -- SAS, einer der weltweit führenden Anbieter von Lösungen für Analytics und künstliche Intelligenz (KI), hat sein Angebot zur Optimierung der Kundeninteraktion erweitert: Mit vier neuen Service-Angeboten und erweiterten Features seiner Marketingsuite SAS Customer Intelligence 360 (https://www.sas.com/de_de/solutions/customer-intelligence.html) unterstützt das Unternehmen Marketers dabei, jederzeit optimal auf die sich verändernden Kundenanforderungen einzugehen. Durch den Einsatz von Analytics und einen hybriden Marketingansatz lassen sich wesentlich bessere Ergebnisse erzielen und Mittel effizienter einsetzen. Die Services auf einen Blick

SAS 360 Digital Insight Service

Den Kunden digital kennenlernen: Der Digital Insight Service bündelt Daten aus Online-Kanälen als Entscheidungsgrundlage; SAS Experten unterstützen bei der Auswertung dieser Daten. Die so gewonnenen Informationen verschaffen Marketers ein besseres Verständnis für die Bedürfnisse ihrer Kunden und deren Online-Verhalten. In Echtzeit lassen sich Webauftritt, Werbeanzeigen und Interaktionen anpassen, was die Konversionsrate, die Kundenbindung und -treue sowie letztlich auch den Umsatz steigern hilft.

Der Service umfasst:

- Datenerfassung, -integration und -segmentierung sowie Zuordnung zu vorhandenem Kundenprofil
- Datenbereinigung und -aufbereitung (bei Online-Daten)
- Standardset an statischen Berichten und analytischen Segmenten
- Support mit jahrzehntelanger Erfahrung in digitaler Analyse

SAS 360 Customer Insight Service

Den Kunden verstehen: Mit diesem Service können Unternehmen das volle Potenzial ihrer Kundendaten ausschöpfen. SAS Experten entwickeln in Workshops relevante Use Cases, die von Analytics und Predictive Modeling profitieren. Die Einblicke, die Marketers dadurch gewinnen, helfen ihnen, die Customer Experience mit neuen Initiativen schnell und wirksam zu verbessern.

Der Service umfasst:

- Zusammenführung und Aufbereitung von Daten aus Online-Kanälen und aus den unternehmenseigenen Systemen sowie Aufbereitung für die Erstellung analytischer Modelle
- Modellentwicklung für definierte Use Cases
- Testen der Modelle inklusive Dokumentation und wiederverwendbare Modell-Pipelines für sofortige Implementierung sowie für künftige Modellierung

SAS 360 Attribution Service

Erfolge messen: Dieser Service dient der präzisen Zuordnung der Resultate einzelner Marketingmaßnahmen mittels Analytics. SAS Experten helfen in Workshops, relevante Online- und Offline-Touchpoints zu identifizieren, Konversionsziele festzulegen und Kundendaten zu bewerten. Auf dieser Grundlage werden wiederverwendbare Vorhersagemodelle entwickelt. Am Ende steht dem Kunden ein umfassendes System für kanalübergreifende Ergebnisattribution zur Verfügung, das die Bewertung von erfassten Daten, Reports und Handlungsempfehlungen für erfolgreiche Marketingmaßnahmen im gesamten Unternehmen ermöglicht.

SAS 360 Data Activation Service

Dieser Service hilft Unternehmen beim Schritt von der reinen Datensammlung und -integration hin zur Bereitstellung der Daten zur weiteren Nutzung unter Einhaltung von Datenschutzrichtlinien. Online-Daten werden erhoben, mit Offline-Daten verknüpft, bereinigt und aufbereitet. Für diese Daten werden Machine-Learning-gestützte Workflows erstellt, die relevante Ereignisse identifizieren und Erkenntnisse aus externen Quellen auswerten. In Echtzeit können Segmente für bestimmte Services aktiviert werden - beispielsweise für Dienstleister im Bereich E-Mail-Marketing, Kampagnenmanagement, Web-Personalisierung oder Content-Ausspielung.

Der Service umfasst:

- Datenerfassung, -integration und -segmentierung sowie Abgleich mit den vom Kunden erzeugten Streaming-Daten
- Verbesserte digitale ID-Auflösung dank integrierter Datenqualität und Master-ID-Grafik
- Auswahl dynamischer Dashboard-Reports

SAS Customer Intelligence 360: Neue Features

SAS hat zudem die Lösungssuite SAS Customer Intelligence 360 modernisiert. Die hybride Marketingarchitektur bietet Marketers ein Cloud-basiertes, flexibles und intelligentes System, mit dem sie ihr Datenmanagement verbessern, ihre Analysen optimieren und KI-gestützte Entscheidungen treffen können.

- Datenmanagement: Ein verbessertes offenes Datenmodell schafft nahtlosen, schnelleren und weitreichenden Zugriff auf Kundendaten - egal, wo diese sich befinden. Damit leistet es mehr als herkömmliche Plattformen und "Marketing Clouds".

- Planung: Ein agiler Ansatz automatisiert und beschleunigt sämtliche Planungsschritte in Bezug auf die Customer Experience. Das umfasst angepasstes Planungs- und Finanzmanagement, Produktionsmanagement für Werbeformate inklusive Reporting und Auswertung, integrierte Kalender und Digital Asset Management.

- Customer Journey: Stärkere prädiktive Modelle, Forecasting und treffsichere Maßnahmen für gezielte Kampagnen führen zu besseren Antwortraten, mehr Leads und damit insgesamt zu höherer Profitabilität.

- Integrierte Analytics: Hoch entwickelte Analytics lässt sich dank präziser Vorgaben ohne spezifische Vorkenntnisse nutzen. Sie umfasst unter anderem automatische Segmentierung, multivariates Testen und angewandte Optimierung, unterstützt von modernen Technologien wie KI und Machine Learning.

- Erweiterter Einfluss des Marketings: Schnellere Entscheidungsfindung und Datenanalyse in Echtzeit mithilfe von KI und Geschäftslogik sorgen dafür, dass auch Mitarbeiter außerhalb des Marketings, Entscheidungsträger, Lieferanten und Partner zu einem positiven Markenerlebnis beitragen können.

"Eine Neuausrichtung des Marketings heißt nicht, dass man sich komplett von der vorhandenen Technologie verabschiedet und sie durch eine Vielzahl eigenständiger, ?cooler? Tools ersetzt", sagt Andreas Heiz, Director of Customer Intelligence Solutions, EMEA, bei SAS. "Wichtiger ist, dass Marketers Technologien integrieren, die die vorhandenen Systeme zuverlässiger, intelligenter und schneller machen. SAS Customer Intelligence 360 ermöglicht Interaktionen in Echtzeit - und zwar unter Berücksichtigung des Datenschutzes."

Kundenbeispiel

"Als Bank, die sämtliche Services ausschließlich online anbietet, ist es für uns immens wichtig, unsere Kunden ohne Zeitverzögerung auf allen digitalen Kanälen personalisiert anzusprechen", betont Linus Axelsson, CRM Manager bei der schwedischen ICA Banken. "Mit SAS Customer Intelligence 360 haben wir unsere Konversionsraten auf der Website um den Faktor acht gesteigert, der Entwurf und die Freigabe von Marketingkampagnen geht zehnmal schneller und unsere Marketingaktivitäten sind insgesamt schlanker - trotz der aktuellen Herausforderungen der Weltwirtschaft. Als Folge davon konnten wir Millionen Dollar an Kosten sparen."

Weitere Informationen zu den SAS 360 Services gibt es unter https://www.sas.com/de_de/solutions/customer-intelligence/sas-ci360-services.html.

circa 6.600 Zeichen

Pressekontakt

Dr. Haffa & Partner GmbH

Frau Anja Klauck
Karlstraße 42
80333 München

haffapartner.de
postbox@haffapartner.de

Firmenkontakt

SAS Institute GmbH

Herr Thomas Maier
In der Neckarhelle 162
69118 Heidelberg

https://sas.com/de_de/home.html
thomas.maier@sas.com

SAS ist Marktführer im Bereich Analytics und mit mehr als drei Milliarden US-Dollar Umsatz einer der größten Softwarehersteller. Kunden weltweit setzen innovative Software und Services von SAS ein, um Daten in Wissen zu verwandeln und intelligente Geschäftsentscheidungen zu treffen. Seit 1976 verschafft SAS Kunden THE POWER TO KNOW.

Mit SAS entwickeln Unternehmen Strategien und setzen diese um, messen den eigenen Erfolg, gestalten ihre Kunden- und Lieferantenbeziehungen profitabel, steuern in Echtzeit die gesamte Organisation und erfüllen regulatorische Vorgaben.

Firmensitz der US-amerikanischen Muttergesellschaft ist Cary, North Carolina. SAS Deutschland hat seine Zentrale in Heidelberg und weitere Niederlassungen in Berlin, Frankfurt, Hamburg, Köln und München. Weitere Informationen unter http://www.sas.com/de_de/company-information.html.

Anlage: Bild

