Neue SAP-Anwendung: Genau analysiertes Kundenverhalten erlaubt maßgeschneiderte Angebote und Kampagnen

Neue SAP-Anwendung: Genau analysiertes Kundenverhalten erlaubt maßgeschneiderte Angebote und Kampagnen

Die SAP AG hat auf der CRM Evolution in New York ihre auf der Plattform SAP HANA basierende Analyseanwendung SAP Social Contact Intelligence vorgestellt. Mit dieser neuen Anwendung können Unternehmen Informationen zu ihren Geschäftskontakten aus internen Quellen abrufen sowie Kommentare und Beiträge dieser Kontakte in sozialen Medien auswerten. Diese Analysen liefern wichtige Erkenntnisse für maßgeschneiderte Angebote an Kunden und Interessenten und schaffen die Grundlage, um das Kundenverhalten gezielt zu beeinflussen.
Mitarbeiter im Vertrieb, Marketing und Kundenservice sind darauf angewiesen, schnell und einfach Kundendaten abrufen und analysieren zu können. Oftmals liegen diese Daten jedoch in unterschiedlichen Systemen im Unternehmen oder bestehen aus Kommentaren und Diskussionsbeiträgen in sozialen Medien, die nicht in den Unternehmensanwendungen gespeichert sind. Erschwerend kommt hinzu, dass die Informationen in vielen Fällen veraltet oder lückenhaft sind. Dadurch entgehen dem Unternehmen Möglichkeiten für das Up- und Cross-Selling von Produkten, oder die Mitarbeiter müssen sich bei strategischen Entscheidungen zu Kaufanreizen auf ihre Intuition verlassen.
Die Anwendung SAP Social Contact Intelligence schließt diese Lücken, indem sie Diskussionen in sozialen Medien analysiert. Marketingexperten erhalten auf diesem Weg tieferen Einblick in das Kundenverhalten und können die gewonnenen Erkenntnisse direkt für Marketingkampagnen nutzen. Potenzielle Kunden und wichtige Meinungsführer lassen sich identifizieren und gezielt ansprechen, was letztendlich eine Umsatzsteigerung ermöglicht. Vertriebsmitarbeiter können außerdem auf detaillierte Kundeninformationen zugreifen und so schnell die aussichtsreichsten Ansprechpartner auf Kundenseite identifizieren. Indem Mitarbeiter im Kundenservice zudem die Möglichkeit erhalten, Bewertungen von Produkten und Dienstleistungen in sozialen Netzwerken zu analysieren, lassen sich bei negativen Kommentaren auch schnell Gegenmaßnahmen ergreifen.
Das Kundenverhalten durch schnelle Analysen beeinflussen
"Wir haben das Potenzial erkannt, wie wir mit SAP Customer Engagement Intelligence das Kaufverhalten der Kunden beeinflussen und die Rücklaufquote senken können", so Michael Künzl, Vice President IT-Systeme bei HSE24, dem führenden Teleshopping-Sender Europas. "Wir verkaufen über 1 Million Produkte an 8 Millionen Kunden und schätzen, dass uns bereits eine einprozentig reduzierte Rücklaufquote Einsparungen im siebenstelligen Bereich bringt. Mit SAP Customer Engagement Intelligence können unsere Marketingteams bislang nicht erkennbare Trends bei Produktrückgaben aufdecken und das Kundenverhalten durch gezielte Marketingkampagnen besser beeinflussen."
SAP Customer Engagement Intelligence umfasst vier vollständig integrierte Anwendungen:
Durch die Analyse von Informationen aus sozialen Medien und unternehmensinternen Quellen mit SAP Social Contact Intelligence gewinnen Unternehmen einen Echtzeiteinblick in das Kundenverhalten. Sie identifizieren so wichtige Meinungsführer, generieren neue Leads und Chancen, optimieren den Kundenservice und stärken die Kundenbindung.
Mit der Analyseanwendung SAP Audience Discovery and Targeting können Marketingverantwortliche mit Kunden interagieren und große Zielgruppen segmentieren. Das erlaubt es, individuelle Marketingkampagnen für einzelne Kundensegmente durchzuführen.
Die Analyseanwendung SAP Customer Value Intelligence liefert Vertriebs- und Marketingverantwortlichen einen Echtzeiteinblick in den Wert ihrer Kundenbeziehungen und unterbreitet auf die einzelnen Kunden zugeschnittene Vorschläge für Cross- und Up-Selling sowie die lückenlose Abwicklung von Marketingkampagnen
Über die App SAP Account Intelligence können Vertriebsmitarbeiter im Außendienst auf Echtzeitinformationen zu Kunden und kundenspezifische Verkaufsempfehlungen zugreifen und auf diese Weise Zielkundenlisten erstellen, Kundenbesuche effizienter gestalten und auch unterwegs Geschäftschancen erfolgreich nutzen.
"Früher dauerte die Erstellung von Kundensegmentierungsmodellen über zwölf Stunden - diesen Prozess konnten wir um den Faktor 985 beschleunigen", so Bernd Seidel aus dem Business Solution Management der Thomas Cook AG. "Unsere Mitarbeiter profitieren dadurch von erheblichen Vorteilen, da sie beim Testen unterschiedlicher Segmentierungsmodelle sofort ein Ergebnis erhalten und auf dieser Grundlage Verkaufs- und Marketingkampagnen entwickeln können, die besser auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten sind."
Weiterführende Informationen finden Sie im SAP Newsroom. Folgen Sie SAP auf Twitter unter @sapnews .
Informationen zu SAP
Als Marktführer für Unternehmenssoftware unterstützt die SAP AG Firmen jeder Größe und Branche, ihr Geschäft profitabel zu betreiben, sich kontinuierlich anzupassen und nachhaltig zu wachsen. Vom Back Office bis zur Vorstandsetage, vom Warenlager bis ins Regal, vom Desktop bis hin zum mobilen Endgerät - SAP versetzt Menschen und Organisationen in die Lage, effizienter zusammenzuarbeiten und Geschäftsinformationen effektiver zu nutzen als die Konkurrenz. Mehr als 248.500 Kunden setzen auf SAP-Anwendungen und -Dienstleistungen, um ihre Ziele besser zu erreichen. Weitere Informationen unter www.sap.de .

SAP Deutschland AG
 Co. KG
Neurottstraße 15a
69190 Walldorf
Deutschland
Telefon: 06227/7-47474
Telefax: 06227/7-57575
Mail: info@sap.com
URL: http://www.sap.com/germany/index.epx
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=542289" width="1" height="1">

Pressekontakt

SAP Deutschland AG & Co. KG

69190 Walldorf

sap.com/germany/index.epx
info@sap.com

Firmenkontakt

SAP Deutschland AG & Co. KG

69190 Walldorf

sap.com/germany/index.epx
info@sap.com

Seit mehr als 30 Jahren bürgt der Name SAP (Systeme, Anwendungen, Produkte in der Datenverarbeitung) für Innovation, Erfolg und Kreativität. Als drittgrößter unabhängiger Softwarelieferant der Welt entwickeln wir maßgeschneiderte Unternehmenslösungen für unsere Kunden rund um den Globus. Unseren Erfolg verdanken wir der hohen Qualität unserer Produkte sowie der langjährigen Erfahrung und dem Know-how unserer Mitarbeiter. Einzelheiten über die Entwicklung des Unternehmens finden Sie in unserer Unternehmensgeschichte.Das Unternehmen wurde 1972 von fünf IBM-Mitarbeitern gegründet und zählt mittlerweile rund 35.000 Beschäftigte. Allein in der Software-Entwicklung sind weltweit insgesamt 10.600 Mitarbeiter

beschäftigt. Neben ihrem Haupt-Entwicklungszentrum am Stammsitz in Walldorf unterhält die SAP Entwicklungslabors unter anderem in Palo Alto (USA), Tokio, Bangalore (Indien) und Sophia Antipolis (Frankreich) sowie in Berlin, Karlsruhe und Saarbrücken.Mit Niederlassungen in mehr als 50 Ländern erzielte die SAP im Geschäftsjahr 2004 einen Umsatz von 7,5 Milliarden Euro. Die SAP AG ist an verschiedenen Börsen einschließlich der Frankfurter Wertpapierbörse und der New Yorker Wertpapierbörse (NYSE) unter dem Tickersymbol "SAP" gelistet.