

Außergewöhnliche Erkenntnisse und Erlebnisse im Einzelhandel mit zuverlässigen Daten

Kennen Sie Ihre Kunden und liefern Sie hervorragende Ergebnisse.

Kunden verlangen heute außergewöhnliche Einkaufserlebnisse, egal ob online, im Geschäft oder per Telefon. Sie wollen eine nahtlose Customer Experience über alle Kanäle und erwarten von Händlern mehr Informationen zu Produkten, Dienstleistungen, Nachhaltigkeit und den Schutz ihrer persönlichen Daten.

Einzelhändler weltweit müssen die digitale Transformation beschleunigen, wenn sie die Informationen und Datentransparenz bieten wollen, die Kunden heutzutage erwarten. Wer das nicht liefern kann, muss mit erheblichen Konsequenzen rechnen. Mit zusätzlichen Direktvertriebskanälen und digitalen Optionen wechseln Kunden viel leichter die Marke, falls ein Händler die Loyalität und das Vertrauen nicht mehr verdient.

Einzelhändler haben bei der Digitalisierung als Reaktion auf die Covid-19-Krise große Fortschritte gemacht, aber es gibt noch viel zu tun. **Euromonitor stellte auf der NRF eine Studie vor:** Für 53 % der Einzelhändler ist die digitale Präsenz eine wichtige Komponente ihres Angebots, aber nur 15 % machen Tempo bei der digitalen Transformation im Vergleich zu Industry Peers.

Ein zentraler Aspekt der digitalen Transformation ist die Basis von hochwertigen Stammdaten, die es Einzelhändlern ermöglicht, ihre Kunden und deren Kontext zu kennen, anstatt sie einfach nur als Datensatz zu führen. Doch die Erfassung und Pflege von Kundendaten ist anspruchsvoller als je zuvor. Das explosionsartige Datenwachstum in Kombination mit fragmentierten digitalen Identitäten, die über verschiedene Kanäle generiert werden, führt dazu, dass Händler sich häufig auf unvollständige, veraltete oder doppelte Datensätze verlassen müssen.

Um Kunden erfolgreich Personalisierung anzubieten, benötigen Sie zuverlässige Daten und ein detailliertes Kundenprofil. Sonst laufen Sie Gefahr, unzulängliche Kundenkommunikation auf Basis unvollständiger oder veralteter Daten zu erstellen.

Vollständige, zuverlässige Kundendatensätze ermöglichen Ihrem Unternehmen:

- Informationen für gezieltes Marketing
- Personalisierung von Kommunikation und Kundenerlebnissen
- Kampagnenoptimierung und Umsatzsteigerung
- Weniger Verzögerungen, Retouren und Abrechnungsfehler
- Verbesserung von Kundenservice und -betreuung
- Intelligenter Kundenansprache in der Filiale

Wenn Sie auf dem dynamischen Markt heute konkurrenzfähig sein wollen, ist ein einziges, einheitliches Kundenprofil unerlässlich. Einzelhändler müssen in der Lage sein, eine zusammenhängende Sicht auf Interessenten, Käufer, Partner und Lieferanten zu haben, die aktuell, genau und zuverlässig ist. Durch den Einsatz einer Lösung, die Daten systemübergreifend konsolidiert und verwaltet, verbessern Sie Analysefähigkeiten und begünstigen gleichzeitig operative Agilität.

Eine einheitliche Sicht: Kundenstammdatenmanagement im Handel

Das Kundenstammdatenmanagement (Customer Master Data Management, Customer MDM) von Stibo Systems unterstützt Sie bei der Erreichung strategischer Ziele, indem es ein zentrales Repository für Ihre Marketing-, Vertriebs-, Service-, Support- und alle andere Arten von kundenbezogenen Daten schafft. Sie konsolidieren Daten aus verschiedenen isolierten Systemen, um ein einziges, konsistentes Kundenprofil zu erstellen. Mit Customer MDM optimieren Sie Kundenmaßnahmen, indem Kundendaten mit Transaktions-, Verhaltens- und sozialen Daten verbunden werden.

Durch eine einheitlichen Kundensicht und die Nutzung dieser Daten durch Marketing-Technologien verbessern Einzelhändler die Personalisierung schnell und nachhaltig für erhöhte Loyalität und Umsätze. Laut einer Studie von McKinsey & Company kann eine effektive Personalisierung den **Filialumsatz um über 20 % steigern**.

Customer MDM führt auch zu besseren Analysen. Durch Prüfung und Reporting von Werbemaßnahmen, Marketingkampagnen und Cross-Sell- und Upsell-Aktivitäten, werden fragmentierte, doppelte und veraltete Profile durch hochwertige Datensätze ersetzt.

Darüber hinaus können Sie Ihre Daten anreichern, um vollständige Kunden- und Organisationsprofile zu erstellen, die firmenspezifische, hierarchische und andere wertvolle Attribute enthalten.

Beseitigen Sie Datensilos und verbinden Sie Daten aus separaten Systemen (z. B. Marketing Automation, CRM, ERP). Verbessern Sie Datenqualität, -konsistenz und -zuverlässigkeit.

- Reichern Sie Daten mit Erkenntnissen aus Drittquellen an.
- Erkennen, erstellen und verwalten Sie Datenbeziehungen.
- Verbessern Sie Data Governance und Stewardship.
- Halten Sie Compliance-Standards ein (z. B. DSGVO, GDPR).
- Optimieren Sie IT-Prozesse und Datenbereitstellung.
- Verbessern Sie Sichtbarkeit, Analysen und Einblicke.

Der Nutzen für Ihre Organisation

Customer MDM bietet Einzelhändlern eine umfassende Methode zur Erstellung eines sogenannten „Golden Record“, das als einziger Referenzpunkt dient.

Sie erhalten ein klares Verständnis Ihrer Kunden, deren Vorlieben und Verhaltensweisen, um kundenfokussierte Geschäfts- und IT-Initiativen voranzubringen.

Differenzierte Customer Experience

Bieten Sie das richtige Produkt, die richtige Dienstleistung, den richtigen Rabatt oder das richtige Garantieangebot zur richtigen Zeit und im richtigen Kanal an. Traditionelle Unternehmen nutzen neue Geschäftsmodelle, um vom stationären Einzelhandel zu einem Omnichannel-Angebot überzugehen, das die Konversation von sozialen Netzwerken über den Laden bis hin zum Internet fortsetzt.

Personalisiertes Marketing

Verbessern Sie das Messaging und führen Sie umsatzsteigernde Kampagnen durch, indem Sie Datensätze verwenden, die genau angeben, wen Sie ansprechen. Liefern Sie personalisierte Inhalte, Anzeigen und Empfehlungen auf der Basis spezifischer Daten. Zusätzlich reduzieren Sie Kosten, indem sie redundante Mailings oder E-Mails an falsche Kontakte vermeiden. Noch wichtiger: Sie vermeiden es so, Ihre Marke zu beschädigen.

Ecommerce

Integrieren Sie Daten aus Web, CRM, Marketing Automation und von mobilen Endgeräten, um die Online-Kundenpräferenzen genau zu identifizieren. Bringen Sie Klarheit in die Kundenansicht, einschließlich Browsing- und Kaufhistorie, um proaktiv personalisierte Produktvorschläge anzubieten.

Kundentreue und -zufriedenheit

Optimieren Sie Kundenbindungsprogramme und Servicecenter, indem Sie mit den Kunden arbeiten und deren vollständige Daten nutzen. Sie können Servicecenter konsolidieren und Wartezeiten reduzieren, indem Sie genaue, gemeinsam nutzbare Datensätze im gesamten Unternehmen verwenden.

Weniger Reibungsverluste und Retouren

Verringern Sie Abrechnungs-, Fakturierungs- und Versandfehler und minimieren Sie Retouren durch effizientes Erfassen, Verwalten und Nutzen von Kunden- und Produktdaten. Mit soliden und aktuellen Lieferinformationen des Kunden sowie den stationären Einzelhandelspräferenzen reduzieren Sie Fehler und informieren den Kunden über

Customer MDM bietet Unternehmen eine zuverlässige Datengrundlage zur Verbesserung von CRM, ERP, Marketing Automation und anderer wichtiger Geschäftssysteme.

Änderungen und Aktualisierungen in lokalen Geschäften. Dies verbessert die Kundenbeziehung und schafft Loyalität.

Risikominimierung

Überwachen und kontrollieren Sie die Einhaltung von Datenstandards und -vorschriften, indem Sie wissen, wie und welche personenbezogenen Daten gesammelt und verwendet werden. Sie können auch nachvollziehen, woher die Daten kommen, wer sie verwendet und wie lange diese gültig sind.

Ihre zuverlässige Datengrundlage für den Handel

Stibo Systems Customer MDM bietet Unternehmen eine zuverlässige Datengrundlage für die Datenintegrität bei der Nutzung von CRM, ERP, Marketing Automation und anderen wichtigen IT-Systemen. Es ermöglicht eine 360°-Sicht auf den Kunden, indem es leistungsstarke Funktionen zur Identifizierung und Bearbeitung von Dubletten nutzt. Fehlerhafte Daten werden identifiziert und vollständige Datensätze mit Profiling-, Bereinigungs- und Anreicherungsfunktionen erstellt. Das Ergebnis: Sie kennen Ihre Kunden und sind in der Lage, an jedem Punkt der Customer Journey einen Mehrwert zu liefern.

Erfahren Sie mehr darüber, wie Sie **Customer MDM** im **Handel** nutzen, um umfassende Erkenntnisse zu gewinnen und außergewöhnliche Einkaufserlebnisse zu bieten.

Über Stibo Systems

Stibo Systems bietet Unternehmen innovative Softwarelösungen zur Stammdatenverwaltung und ermöglicht dadurch Datentransparenz. Unsere Lösungen sind weltweit die treibende Kraft hinter zukunftsorientierten Unternehmen, die den strategischen Wert ihrer Stammdaten nutzen. Wir versetzen Firmen in die Lage, das Kundenerlebnis zu verbessern, Innovation und Wachstum voranzutreiben und eine Grundlage für die digitale Transformation zu schaffen. So erhalten Unternehmen die Transparenz, die sie benötigen und wünschen: eine einzige, genaue Sicht auf ihre Stammdaten. Damit können Firmen fundierte Entscheidungen treffen und ihre umfangreichen, ambitionierten Ziele erreichen. Stibo Systems ist eine in Privatbesitz befindliche Tochtergesellschaft der 1794 gegründeten Stibo A/S Gruppe mit Hauptsitz in Aarhus, Dänemark. Mehr unter stibosystems.de.