

ERWARTUNGEN IM EINZELHANDEL ÜBERTREFFEN

Vertrauen und Datenqualität als Basis für die Personalisierung nutzen



Personalisierung stärkt die Kundenbeziehung, verhindert die Abwanderung von Kunden, eröffnet neue Cross-Selling-Möglichkeiten und steigert den Umsatz.



2/3

der Verbraucher assoziieren Personalisierung mit einer positiveren Beziehung zum Einzelhändler.¹

Bevorzugte Methoden der personalisierten Kommunikation % der Gesamtheit

66%

AUF IHRE KUNDENKARTE
GELADEN

55%

PER POST NACH
HAUSE GESCHICKT

54%

AM POS AN DER KASSE
AUSGEDRUCKT

25%

ÜBER EIGENE
MOBILE APP

21%

KIOSKE IM
GESCHÄFT

Jüngere Verbraucher bevorzugen Apps:

Während 25 % der Gesamtbevölkerung Apps bevorzugen, sind es bei Gen Z (69 %) und Gen X (58 %) mehr.²

Datenquellen für personalisierte Erlebnisse³



VERBRAUCHER-
INFORMATIONEN



KAUF-HISTORIE



WEB-AKTIVITÄT

Das Sammeln, Analysieren und Verarbeiten dieser Informationen ist nicht einfach.

63%

DER BEFRAGTEN GABEN AN, DASS DATENGESTEUERTE PERSONALISIERUNG IN DER UMSETZUNG PROBLEMATISCH IST.⁴

48%

DER MARKETINGEXPERTEN SAGEN, DASS SCHLECHTE DATENQUALITÄT DIE PERSONALISIERUNG⁵

83%

WERDEN SICH AUF PERSONALISIERTE ANGEBOTE KONZENTRIEREN, DIE DAS EINKAUFsverhalten UND DIE PRODUKTPRÄFERENZEN DER KUNDEN WIDERSPIEGELN²

80%

WERDEN EINE KUNDENDATENBANK UND EINE ANALYSEPLATTFORM NUTZEN, UM IHRE KUNDEN ZU ANALYSIEREN.²

Wie Einzelhändler die Personalisierung verbessern wollen.

Einzelhändler wollen die Personalisierung vorantreiben, aber die Verbraucher vertrauen ihnen ihre Daten nur ungern an.

30%

GABEN AN, DASS SIE WENIG ODER GAR KEIN VERTRAUEN IN DEN SCHUTZ IHRER DATEN DURCH DEN EINZELHANDEL HABEN.¹

11%

GABEN AN, DASS SIE VOLLES VERTRAUEN IN DEN SCHUTZ IHRER DATEN DURCH DEN EINZELHANDEL HABEN.¹

Wie Einzelhändler das Vertrauen der Verbraucher stärken können.



ERMÖGLICHEN

Sie den Verbrauchern, der Datenerfassung zu widersprechen (66 % erwarten)¹



KOMMUNIZIEREN

Sie Ihre Richtlinien und informieren Sie die Verbraucher über Ihren Umgang mit ihren Daten.



SCHAFFEN

Sie eine Kultur der Compliance für die DSGVO und alle anderen wichtigen Verbrauchergesetze.

Wie Customer-MDM zu einer besseren Personalisierung und zum Aufbau von Vertrauen beitragen kann.

Durch die Sicherung der Datenqualität und die Anreicherung von Kundeninformationen bietet Customer Master Data Management dem Einzelhandel eine nahtlose Rundumansicht des Kunden und ermöglicht die Konsolidierung aller Informationen in einheitlichen, korrekten und aktuellen Datensätzen, den sogenannten Golden Records.



Nutzen Sie diese einheitliche Kundenansicht, um personalisierte Kundenerlebnisse zu schaffen.



Initiieren Sie mithilfe vertrauenswürdiger Kundeninformationen gezieltere Kampagnen und Angebote.



Sorgen Sie durch umfassende Einblicke für ein besseres Kundenengagement.

Verbinden Sie verschiedene Datendomains (Kunden, Standorte, Produkte, Lieferanten, etc.) und erzielen Sie Synergieeffekte, indem Sie diese ohne weitere Anwendungs-Add-ons auf derselben Plattform verwalten.

Sorgen Sie durch umfassende Einblicke für ein besseres Kundenengagement.



Kundendaten abgleichen, bereinigen zusammenführen



Daten durch die Integrationen von Drittanbieterquellen anreichern



Auf Data Stewardship und Governance konzentrieren



Compliance mit Datenschutzgesetzen und anderen Vorschriften planbar machen



eine umfassende Kundenansicht schaffen

Mehr dazu erfahren Sie in unserer Publikation:
„Five Steps to Creating Actionable Data for Personalization“

Quellen:

¹ New Study Shows Personalization Can Win Customers – If Retailers Can Improve, footwearnews.com, 2019

² Personalization in Digital Food Retail- Shoppers Expect More, IDC, 2019

³ State of Consumer & Retailer Data Survey 2020, Stibo Systems, 2020

⁴ Why Marketers Struggle with Data-Driven Personalization, eMarketer, 2018

⁵ The Clear Path to Personalization, Forbes Insights, 2019

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.