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







Analysieren und Verarbeiten dieser Informationen ist nicht einfach.

Das Sammeln,

63%

DER BEFRAGTEN GABEN AN,

DASS DATENGESTEUERTE **PERSONALISIERUNG** IN DER UMSETZUNG PROBLEMATISCH IST.4

48%

DER MARKETINGEXPERTEN

SAGEN, DASS SCHLECHTE DATENQUALITÄT DIE PERSONALISIERUNG 5

WERDEN SICH AUF

PERSONALISIERTE ANGEBOTE

KONZENTRIEREN, DIE DAS EINKAUFSVERHALTEN UND DIE PRODUKTPRÄFERENZEN DER KUNDEN WIDERSPIEGELN²

WERDEN EINE

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

Personalisierung verbessern wollen.

Wie Einzelhändler die

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

Einzelhändler wollen

GABEN AN, DASS SIE WENIG

ODER GAR KEIN VERTRAUEN IN

30%

DEN SCHUTZ IHRER DATEN DURCH DEN EINZELHANDEL HABEN.¹

GABEN AN, DASS SIE VOLLES

VERTRAUEN IN DEN SCHUTZ

IHRER DATEN DURCH DEN

11%

EINZELHANDEL HABEN.¹

Wie Einzelhändler das Vertrauen der Verbraucher stärken können.



(66 % erwarten) 1

widersprechen



Verbraucher über Ihren **Umgang mit ihren** Daten.

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



DSGVO und alle anderen wichtigen

Verbrauchergesetze.

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.

Durch die Sicherung der Datenqualität und die Anreicherung von Kundeninformationen bietet



Sorgen Sie durch umfassende Einblicke für ein

schaffen.



Plattform verwalten.



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

Auf Data

Stewardship und

Governance

besseres Kundenengagement.



Kundendaten

anreichern

Daten durch die

Integrationen von

Drittanbieterquellen

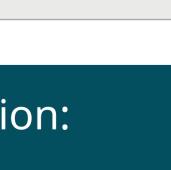


planbar machen

Compliance mit Daten-

schutzgesetzen und

anderen Vorschriften



eine umfassende

Kundenansicht

schaffen

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



STIBOSYSTEMS
MASTER DATA MANAGEMENT

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

⁴ Why Marketers Struggle with Data-Driven Personalization, eMarketer, 2018 ⁵ The Clear Path to Personalization, Forbes Insights, 2019

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

Über Stibo Systems

Quellen:

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**. Infographic_Customer-MDM_Exceeding-Expectations-at-Retail_DE_Stibo