

The Power of Data



5 Schritte zu umfangreichen Kundendaten

Das sind Kundendaten wert!

Nur wer seine Kunden und deren Bedürfnisse und Wünsche genau versteht, ist in der Lage diese mit passenden Maßnahmen anzusprechen und begeisternde Kundenerlebnisse zu schaffen. Die Analyse persönlicher Informationen und Verhaltensdaten von Kunden gewährleistet tiefgreifende Insights und damit hochgradig personalisierte Kundenansprache und passgenaue Empfehlungen sowie positive Auswirkungen auf den Unternehmenserfolg.



Top-Kunden
identifizieren und
priorisieren



Marketinginitiativen
optimieren und Kunden
personalisiert ansprechen



Genauere Vorhersagen
treffen und Customer
Churn verhindern

Wie komme ich an Kundendaten?

Umfangreiche Daten helfen bei der Identifizierung von Top- Kunden und unterstützen Unternehmen dabei, gewünschte Verhaltensweisen zu belohnen, die das Unternehmenswachstum fördern. Wie aber komme ich zu umfangreichen Kundendaten und erstelle ein umfängliches Kundenprofil?



1 **Overcome the Challenge of Cookies**

Durch drastische Einschränkungen im Bereich Third-Party Cookies steigt die Notwendigkeit, eigene First-Party Kundendaten zu generieren. Denn: Wer seine Zielgruppe auch weiterhin persönlich und effektiv ansprechen und auf diese zugeschnittene Produktempfehlungen auszuspielen möchte, wird auf First Party Daten als Hauptinformationsquelle angewiesen sein.

2 **Touch me if you can**

Oft liegen bereits zahlreiche Kundendaten vor, sind jedoch in unterschiedlichen Systemen und Datenbanken gespeichert und weniger gut zugänglich. Um eine ganzheitliche Kundensicht zu erlangen, ist es essenziell, Datensilos aufzubrechen und über alle Touchpoints hinweg gesammelte Daten zu aggregieren und an einem zentralen Ort zu speichern und dem Kunden zuzuordnen.

3 **Don't expect something for free**

Kunden erwarten attraktive Mehrwerte für die Bereitstellung ihrer Daten. Denn: Vielen Kunden liegt ihre Privatsphäre am Herzen. Aus diesem Grund müssen Unternehmen Vertrauen mit dem Umgang personenbezogener Daten gewährleisten und Kunden für das Teilen ihrer Daten passende Vorteile bieten. Ermutigen Sie Kunden mit passenden Mehrwerten zur freiwilligen Datenpreisgabe.

4 **Always keep your Data at Heart**

Loyalty-Programme können hierbei passende Anreize setzen, indem Treuepunkte für die Bereitstellung zusätzlicher Informationen und Kaufpräferenzen oder Produkt- bzw. Servicebewertungen vergeben werden, die dann in attraktive Belohnungen eingelöst werden können.

5 **A never ending Story**

Durch die Aussicht auf attraktive Belohnungen lassen sich Kunden nicht nur dazu motivieren, wertvolle Daten preiszugeben, sondern auch nachhaltig individuelles Engagement erzielen, das über Transaktionen hinausgeht und langfristige emotionale Bindungen schafft.

Mit KPS auf den richtigen Partner setzen

Mit einzigartiger Herangehensweise und starken Technologiepartnern unterstützen wir Ihre CX-Transformation und implementieren gemeinsam mit Ihnen passende Lösungen zur Generierung und Speicherung von Kundendaten, personalisierter Kundenansprache und erfolgreichen Loyalty-Lösungen.



Erfahrener Partner bei der Umsetzung
Umfassendes Know-How und Erfahrung im B2C und B2B Geschäft



Einzigartige Herangehensweise
Initial Release & Best Practice Implementierung



Alles aus einer Hand
Strategie, Implementierung, Integration, Migration und Testing

Kontakt



Julian Drees
Associate Partner
Head of Loyalty

julian.drees@kps.com
+49 (175) 7142065



Mirjam Markert
Consultant

mirjam.markert@kps.com
+49 (160) 99285144