

LÖSUNGSÜBERSICHT

Intelligente Empfehlungen von OpenText

Maximieren Sie den Vertrieb mit gezielten Produktangeboten basierend auf Kundeneinblicken



Umsatzsteigerung durch zeitnahe Produktangebote



Mit tieferen Einblicken in die Kundenpräferenzen höhere Erfolgsraten für die Produkte erzielen



Maßgeschneiderte Kundenerlebnisse zur Stärkung der Kundenbindung



Kontinuierliche Verbesserung durch Modelltraining

In der heutigen vernetzten Welt, die eine fast unendliche Auswahl bietet, erwarten Kunden genau das zu bekommen, was sie wünschen. Unternehmen lernen, dass sie diese Wünsche nicht nur erfüllen, sondern sie bereits vorausahnen müssen. Die Mehrheit der Verbraucher gibt an, dass sie allgemeine Werbeanzeigen störend findet¹ und hält sich nur an Marken, die Werbeaktionen mit Bezug auf vorherige Interaktionen durchführen. Anders ausgedrückt, die Kunden erwarten, dass Unternehmen sie kennen, wissen, was sie mögen und wie sie bevorzugt interagieren.

Intelligente Empfehlungen von OpenText helfen Unternehmen, die Kundenerfahrung auf allen Kanälen zu optimieren, vom Online-Einkauf bis hin zum Kundenservice. Sie bieten Unternehmen die Möglichkeit, die Kundenaktionen zu überwachen, ihre Bedürfnisse vorherzusagen und stark personalisierte Erlebnisse bereitzustellen. Dank der Nutzung von künstlicher Intelligenz (KI) und Big Data können intelligente Empfehlungen mit zunehmender Genauigkeit vorhersagen, ob Kunden ein bestimmtes Produkt oder eine Dienstleistung kaufen, und dann Empfehlungen entsprechend dieser Präferenzen anzeigen.

Umsatzsteigerung durch zeitnahe Produktangebote

Ein Kunde tendiert vielleicht zum Kauf, aber wenn das Angebot zu früh oder zu spät im Kaufprozess kommt, kann der Umsatz verloren gehen. Intelligente Empfehlungen erkennen automatisch Entscheidungspunkte im Kundenverlauf und leiten entsprechende Aktionen ein.



So funktionieren intelligente Empfehlungen von OpenText

Eine große Bank, die den Bedarf an einem besseren Kundenservice sah und erkannte, dass die häufig irrelevanten Produktangebote die Kunden irritieren und ablenken, implementierte ein Drittanbieter-Tendenzmodell eines anderen Unternehmens. Gutes Konzept, falscher Partner. Die Ergebnisse waren enttäuschend.

Auftritt OpenText. Nun arbeitet die Bank mit OpenText zusammen, um ein angepasstes Personalisierungsmodell mit intelligenten Empfehlungen zu entwickeln. Die Lösung bietet Deals und Angebote von Partnerunternehmen basierend auf den individuellen Kundenvorlieben und dem Verhalten.

Die Kundenerfahrung wurde durch weniger störende und irrelevante Angebote verbessert. Gleichzeitig profitiert die Bank von höheren Click-Through- und Conversion-Raten für ihre Angebote.

Dazu können detaillierte Kundenprofile erstellt, Produkte und Dienstleistungen nach Relevanz bewertet und die Unternehmensangebote an den Kundenpräferenzen ausgerichtet werden. Durch die Bereitstellung von Angeboten oder zugehörigen Produkten im richtigen Moment verbessern intelligente Empfehlungen deutlich die Wahrscheinlichkeit eines Kaufs (auch von ergänzenden Produkten).

Tiefere Einblicke in die Kundenpräferenzen

Mithilfe der OpenText™ Magellan™ KI-Plattform und OpenText™ Magellan™ Data Discovery unterstützen intelligente Empfehlungen Unternehmen dabei, die Kundenpräferenzen besser zu verstehen, indem sie die Punkte zwischen den internen und externen Datenquellen miteinander verbinden und Daten wie Transaktions- und Kontoverläufe, Klickstream-Informationen und Angebotskonvertierungsdaten miteinander kombinieren. Sie verwendet Stimmungsanalyse zur Auswertung von Kundenmeinungen in Chats, E-Mails und Beiträgen aus sozialen Medien und bezieht Informationen aus anderen Quellen wie demografische und psychografische Daten und Produktbewertungen ein. Die Integration dieser Datenpunkte ermöglicht intelligente Empfehlungen zum Aufbau eines Porträts individueller Kunden und deren Vorlieben, das umfassender ist als je zuvor.

Maßgeschneiderte Kundenerlebnisse zur Stärkung der Kundenbindung

Jeder einzelne Verkauf ist großartig, aber das Endziel besteht darin, den Wert im Verlauf eines Kundenlebenszyklus aufzubauen. Die kontinuierliche Bedienung der Vorlieben bestärkt Kunden darin, Ihnen länger treu zu bleiben. Im Laufe der Zeit kann eine „Dies könnte Ihnen auch gefallen“-Strategie bei jeder Kaufinteraktion den Umsatz um 10 bis 50 Prozent steigern. Intelligente Empfehlungen können auch verwendet werden, um erwünschte Aktionen auszulösen und so den Kunden in seinen Bindungen, Verhaltensmustern und Gewohnheiten zu beeinflussen.



Kontinuierliche Verbesserung durch Modelltraining

Durch die KI-Grundlagen gehen intelligente Empfehlungen über die herkömmlichen Personalisierungs-Engines hinaus, indem sie sich im Laufe der Zeit selbst optimieren. KI-Systeme lernen aus ihren Misserfolgen genauso wie aus ihren Erfolgen. Durch Erfassen der jeweiligen Empfehlungen, auf die individuelle Kunden reagieren oder diese ignorieren, verbessern intelligente Empfehlungen ihr Verständnis der Kundenpräferenzen und können die nächste Kundenerfahrung besser vorhersagen.

Mit dem tieferen Verständnis gehen auch folgende Fähigkeiten einher:

- Preise anpassen, um Umsätze oder Margen zu maximieren
- Besten Zeitpunkt für den Kundenkontakt bestimmen
- Erkennen, wann Leads für maximale Effizienz an den Vertrieb übergeben werden sollten
- Kundenabwanderung durch Sonderangebote für Kunden, die abspringen wollen, reduzieren

Intelligente Empfehlungen helfen basierend auf OpenText™ Magellan™, einer flexiblen, KI-gestützten Plattform, die OpenText™ Magellan™ Data Discovery enthält. Damit können Sie in Sekundenschnelle Milliarden von Datensätzen analysieren. Sie bietet eine einfachere Möglichkeit, KI mit geringeren Gesamtkosten, weniger Komplexität und keiner bis wenig notwendiger Entwicklung zu implementieren. Intelligente Empfehlungen erweitern die Leistung von Magellan auf die Vertriebs- und Marketingstrategien, sodass Unternehmen die Kundenpräferenzen besser verstehen, die Markenbindung aufbauen und den Umsatz steigern können.

Verfügbare professionelle Serviceoptionen:

- OpenText Professional Services: KI und Analyseservice
-

Plattform	Plattform-Komponenten	Vorteile
Magellan		Kombiniert Open Source maschinelles Lernen mit hochentwickelten Analysen, Business Intelligence der Unternehmensklasse und der Möglichkeit, Daten und Inhalte abzurufen, zusammenzuführen, zu verwalten und zu analysieren Ermöglicht maschinengestützte Entscheidungsfindung, Automatisierung und Unternehmensoptimierung
	OpenText™ Magellan™ Data Discovery	Analysiert Milliarden von Datensätzen in einer benutzerfreundlichen, einheitlichen Ansicht für schnelle Einblicke Ermöglicht Nutzern, erweiterte analytische Algorithmen und benutzerdefinierte maschinelle Lernmodelle anzuwenden, um Daten zu erkunden, aufzubereiten und anzureichern
	OpenText™ Magellan™ BI & Reporting	Generiert Einblicke durch Analyse von Daten und Visualisierung in vielen verschiedenen praktischen Berichts- und Dashboardformaten
	OpenText™ Magellan™ Text Mining	Extrahiert wichtige Wortfolgen und benannte Entitäten (Personen, Orte, Datum, Ereignisse, Organisationen usw.) und identifiziert Themen, Stimmung und Subjektivität im Text
	OpenText™ Magellan™ Data Science Notebook	Ermöglicht es Datenexperten, Modelle mit dem Data Lake über eine vertraute Jupyter™-basierte Oberfläche zu erstellen und zu trainieren

 [An Gespräch teilnehmen](#)

 [Weitere Informationen](#)

Über OpenText

OpenText, The Information Company, ermöglicht Unternehmen Erkenntnisse durch markt- führende Informationsverwaltungslösungen, entweder am Standort oder in der Cloud. Weitere Informationen zu OpenText (NASDAQ: OTEX, TSX: OTEX) finden Sie unter [opentext.de](https://www.opentext.de).

Und auch hier finden Sie uns:

- [OpenText CEO Mark Barrenechea's blog](#)
- [LinkedIn](#)

1 Marketo, „Consumers to Brands: The Louder You Scream, the Less We Care“ (Verbraucher an Marke: Je lauter ihr schreit, desto weniger interessiert es uns), 2015 <https://www.prnewswire.com/news-releases/consumers-to-brands-the-louder-you-scream-the-less-we-care-300102426.html>

2 Infosys, Rethinking Retail: „Insights from consumers and retailers into an omni-channel shopping experience“ (Einblicke von Verbrauchern und Einzelhändlern in ein Omni-Channel-Shopping-Erlebnis), 2014 <https://www.infosys.com/newsroom/press-releases/Documents/genome-research-report.pdf>