Cloud und Marketing - Wie die Cloud das Marketing transformiert oder wie wir den Kunden zur richtigen Zeit auf dem richtigen Kanal erreichen

Jörg Wallmüller
Solution Consultant
Oracle Marketing Cloud
02.02.2016

ORACLE

Copyright © 2014 Oracle and/or its affiliates. All rights reserved.

Customer Experience ist selten perfekt!

Marketing basiert auf fragmentierten Daten

Die Fragmentierung wird an die Kunden weitergereicht

78% der Kunden erhalten inkonsistente Ansprachen und Angebote über die verschiedenen Kanäle.

Accenture

Die Konsumenten sind unzufrieden und springen ab

94% der Konsumenten haben mindestens einmal die Kommunikation mit einem Unternehmen eingestellt, weil sie unpassenden Informationen und Angebote erhalten haben

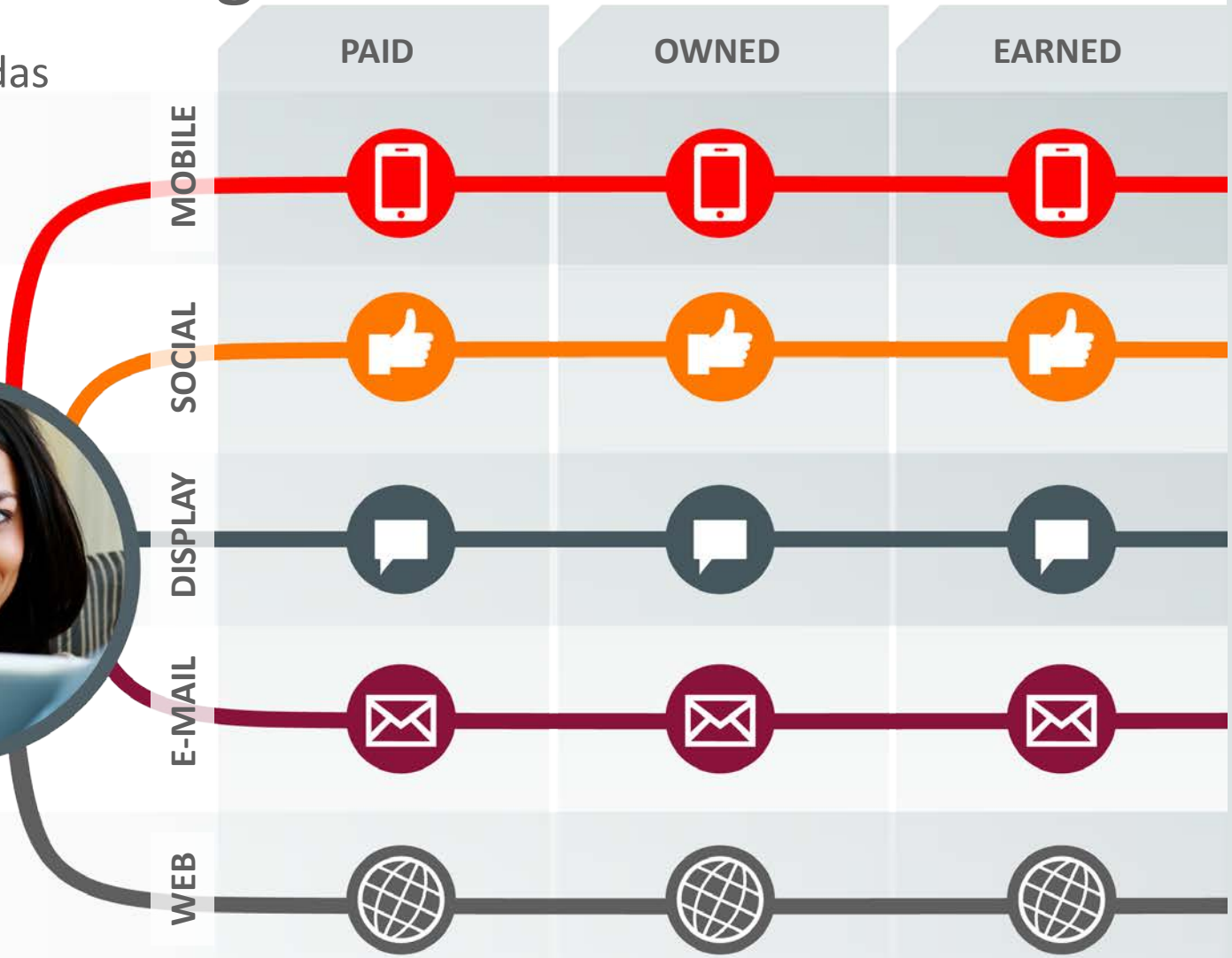
Blue Research

ORACLE

Copyright © 2014 Oracle and/or its affiliates. All rights reserved.

Die Kunden erwarten eine konsistente Ansprache über die Kanäle hinweg

Der Kunde muss im Mittelpunkt stehen – nicht das Produkt

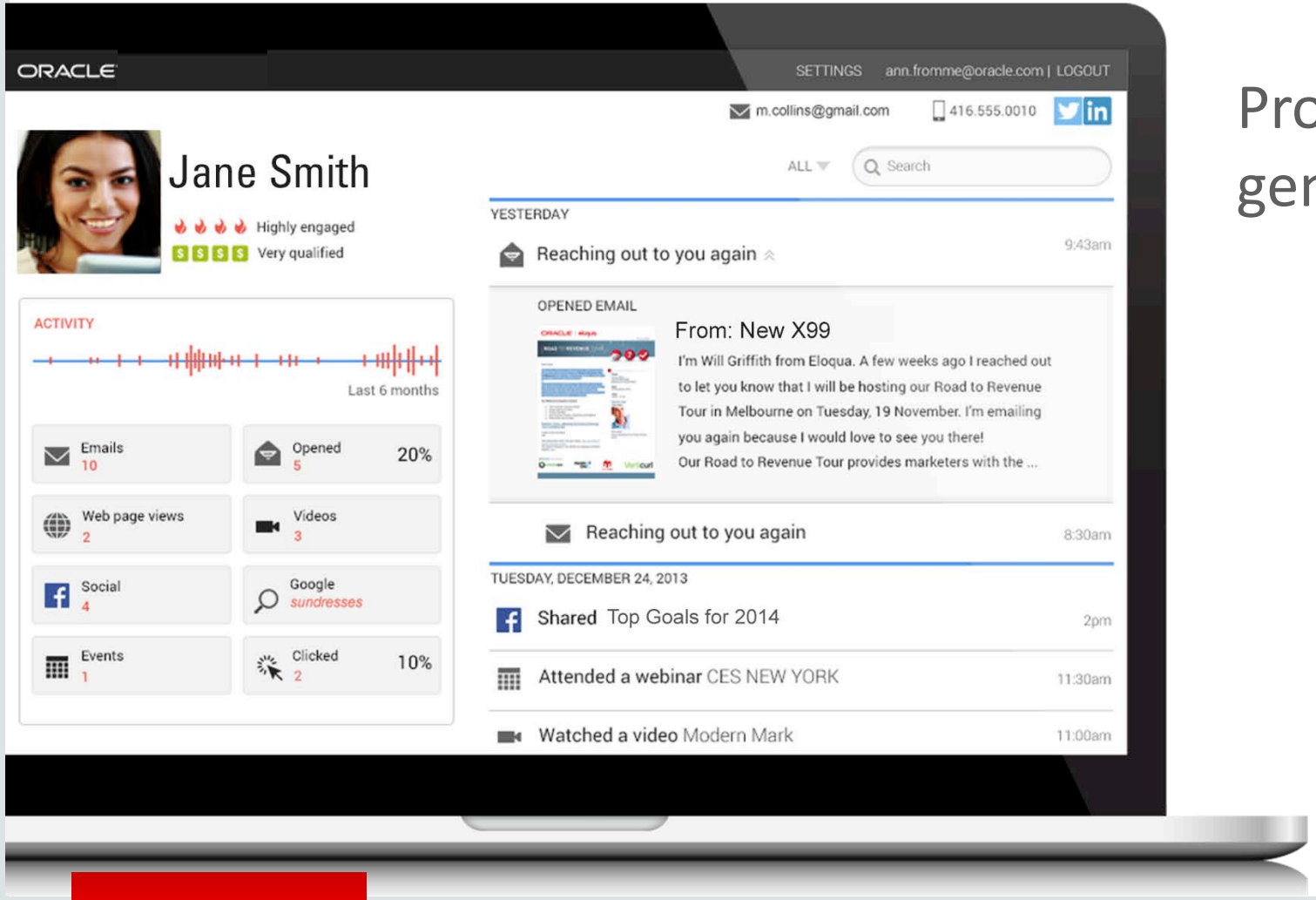


ORACLE

Copyright © 2014 Oracle and/or its affiliates. All rights reserved.

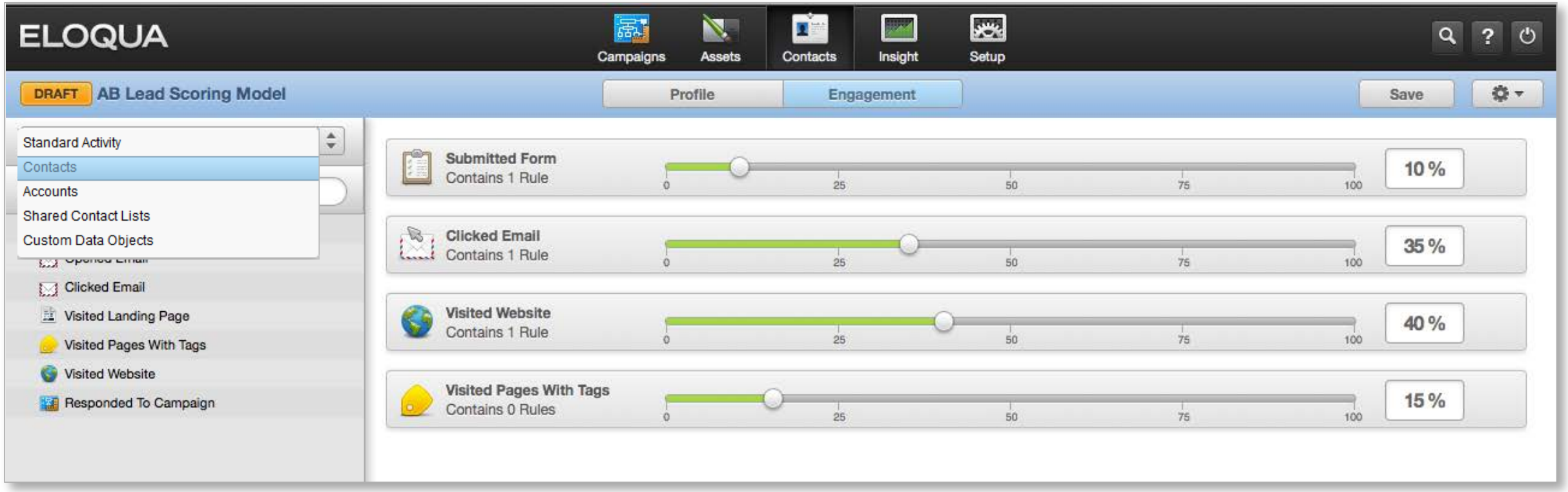
Was bedeutet “Der Kunde im Mittelpunkt” konkret?

Profil-Informationen alleine genügen nicht



Copyright © 2014 Oracle and/or its affiliates. All rights reserved.

Lead Bewertung- basierend auf Profil als auch dem Verhalten

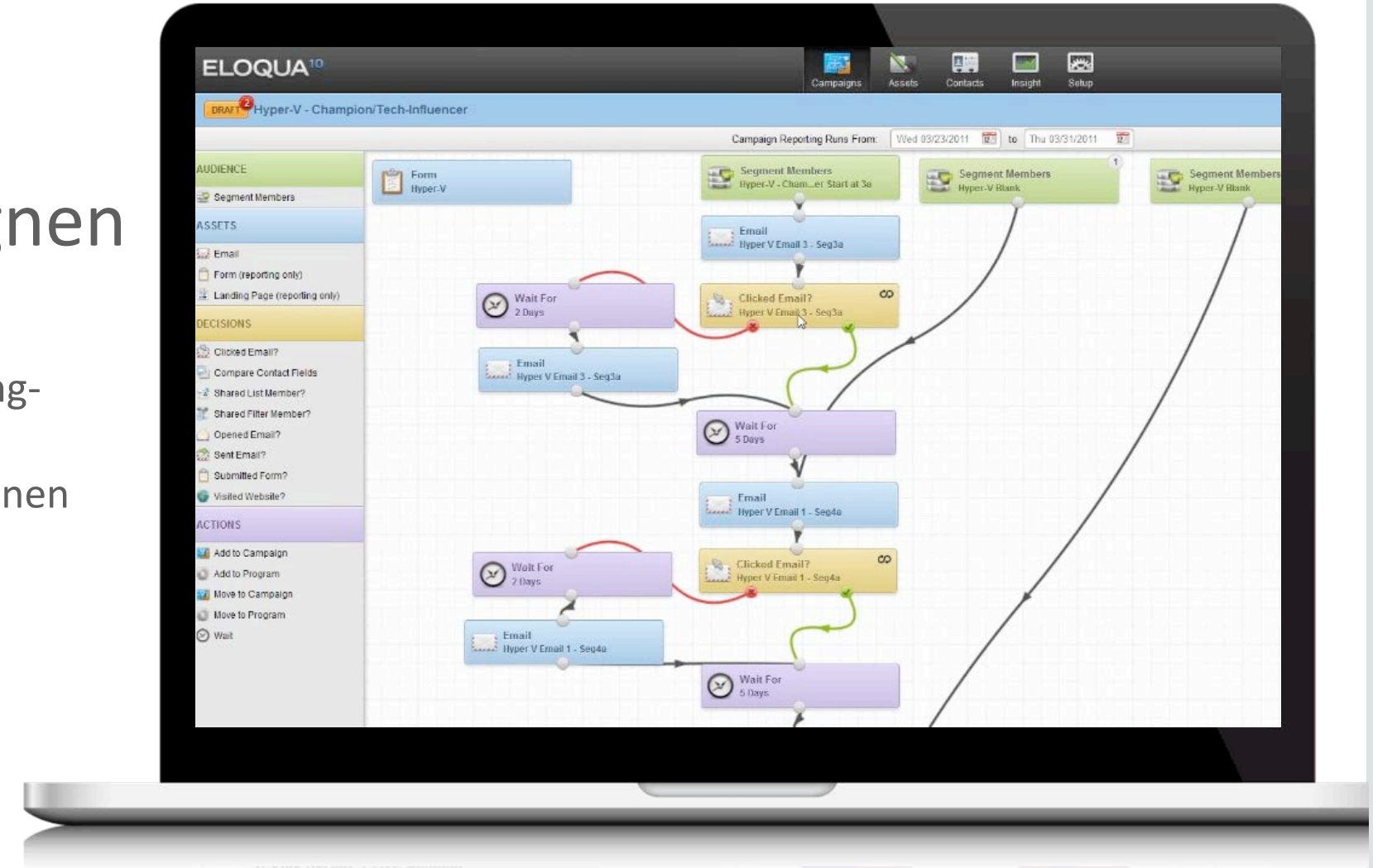


- **Mehrere Scoring-Modelle pro Konsument**
- **Automatische Verringerung des Scores bei Inaktivität**
- **Vielfältige Gewichtung**

Copyright © 2014 Oracle and/or its affiliates. All rights reserved.

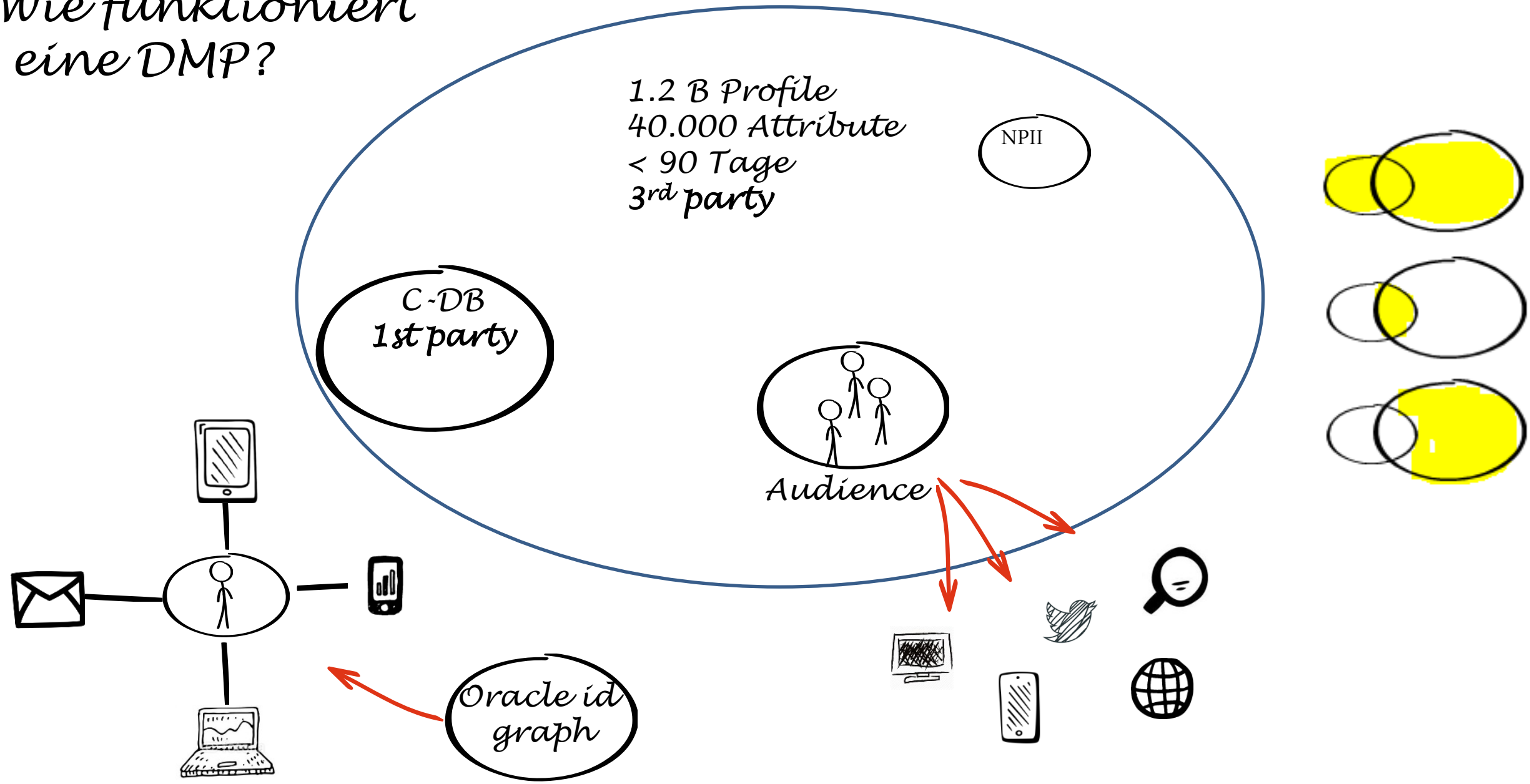
Dynamische Kampagnen

Kampagnen berücksichtigen die Soring-Ergebnisse, und versorgen so den Konsumenten optimal mit Informationen



Copyright © 2014 Oracle and/or its affiliates. All rights reserved.

Wie funktioniert eine DMP?



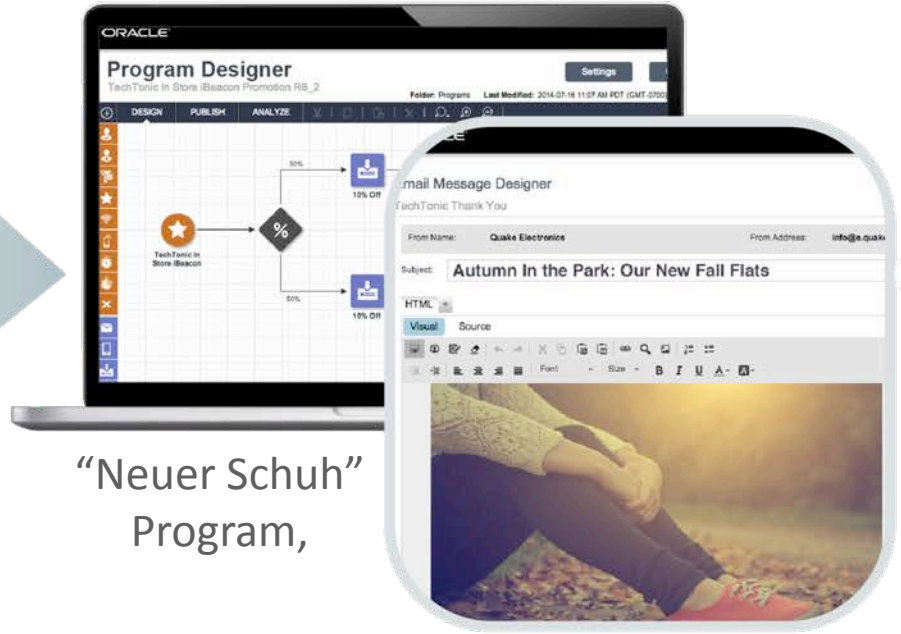
So funktioniert es innerhalb eines Cross-Channel Marketing Programms

Besipiel: Einzelhandel

Alter: 40-45

Geschlecht: Weiblich

Suchverhalten: High Heels



"Neuer Schuh" Program,

Design Ansprache

Kanal-Weiche

Shares auf FB

PAID SOCIAL AD

Besucht Produkt-Seite; Kein Kauf

DISPLAY AD (RETARGET)

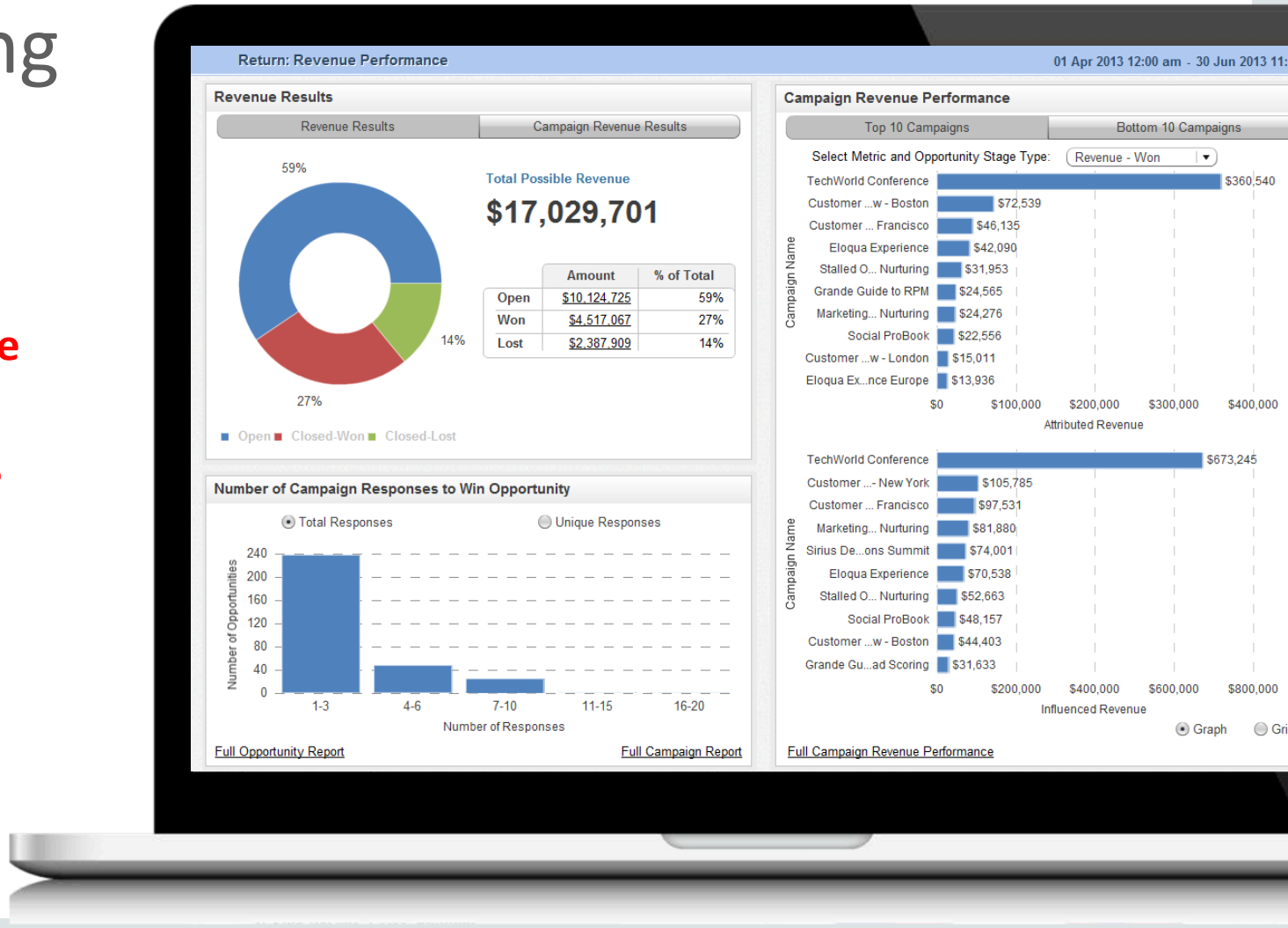
Reagiert und kauft

EMAIL (CROSS-SELL)

Copyright © 2014 Oracle and/or its affiliates. All rights reserved. |

Messbarkeit der Marketing Massnahmen

- **Identifizierung des “Besten Kunden”**
- **Zuweisbarkeit des Erfolges über alle Kanäle hinweg**
- **Analyse der Kundeneinstellungen über die Zeit und Kanäle**
- **Erfolgsmessung des besten Marketing-Contents**



Copyright © 2014 Oracle and/or its affiliates. All rights reserved.

Messbarer Marketing Erfolg – Swiss Post Solutions

«With 1 make 6»

SPS
a Swiss Post company

«Wit jedem im Marketing investierten CHF kann die SwissPost Solutions eine messbare Pipeline von 6 CHF generieren»

Swiss Post Solutions, Leiter Marketing & Sales

ORACLE

Copyright © 2014 Oracle and/or its affiliates. All rights reserved.

ab-in-den-urlaub.de erhöht Umsatz um 170%

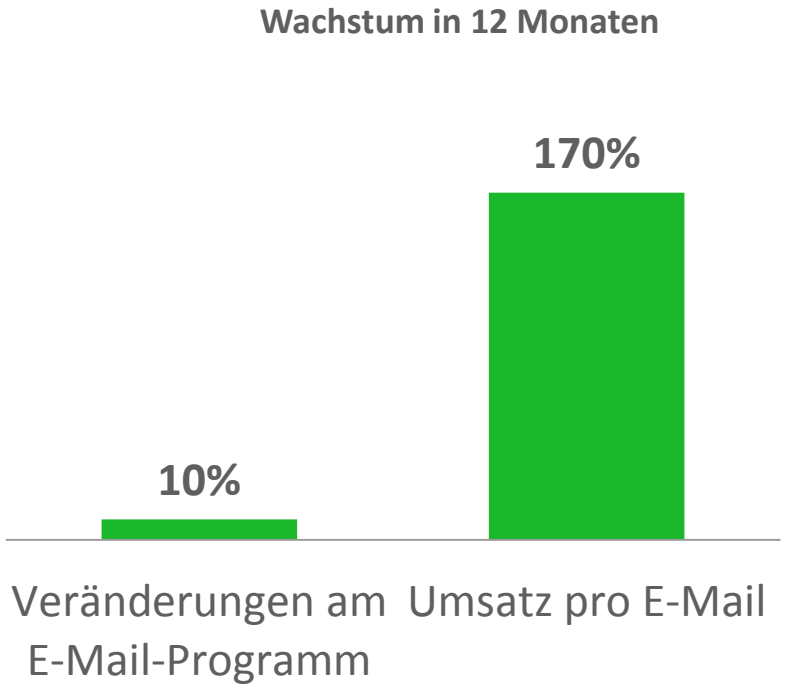
Herausforderung

- Erhöhung ROI durch verbessertes Relationship-Marketing
- Keine neuen Wachstumspotentiale mittels Standardkommunikation
- Wechsel zu einer echten Kundenlebenszyklusstrategie
- Fokus auf tatsächliches Benutzerverhalten

Ergebnisse nach 9 Monaten

- 8 neue Kundenlebenszyklusprogramme nach bereits 5 Monaten
- Steigerung des Umsatzes pro E-Mail um 170%
- Erhöhung Konvertierungsrate um 76%
- Veränderungen erfolgten durch das schnelle und einfache Aufsetzen von CRM-Programmen

Mit Oracle Marketing Cloud konnten wir innerhalb kürzester Zeit neue Umsatzsteigerungen im 3-stelligen Prozentbereich realisieren.” CRM Director Unister



Copyright © 2014 Oracle and/or its affiliates. All rights reserved.

Wie Automatisierung und die Verwendung von Templates Umsätze steigert

Herausforderung

— Lufthansa hatte 36 wöchentliche und individuelle Newsletter

— Resourcen von 120 Stunden pro Monat

— Agenturkosten €175 000 pro Jahr

Lösung

— 4 modulare Templates

— Dynamische Inhalte auf Basis von Loyalitätssegementen, Lage & Sprache

— Einsatz von Warenkorbabbruch und Cross-Sell-Angeboten

Ergebnis

— Steigerung der Conversion um 171%

— Steigerung der Marge um 30%

— Ersparnis von €175 000 pro Jahr

— Amortisierung der Kosten nach 8 Wochen

Copyright © 2014 Oracle and/or its affiliates. All rights reserved.

Oracle Marketing Cloud – Weitere Kundenbeispiele

ORACLE

Copyright © 2014 Oracle and/or its affiliates. All rights reserved.

Die Oracle Marketing Cloud

Kunden-zentrisch. Unkompliziert. Für Unternehmen aller Grössen.

Unify Data
Aggregate your marketing data and target the right customers.

Engage Audience
Orchestrate individualized, relevant customer experiences.

Analyze Performance
Attribute revenue and gain better insight into customer experience.

ORACLE
MARKETING CLOUD

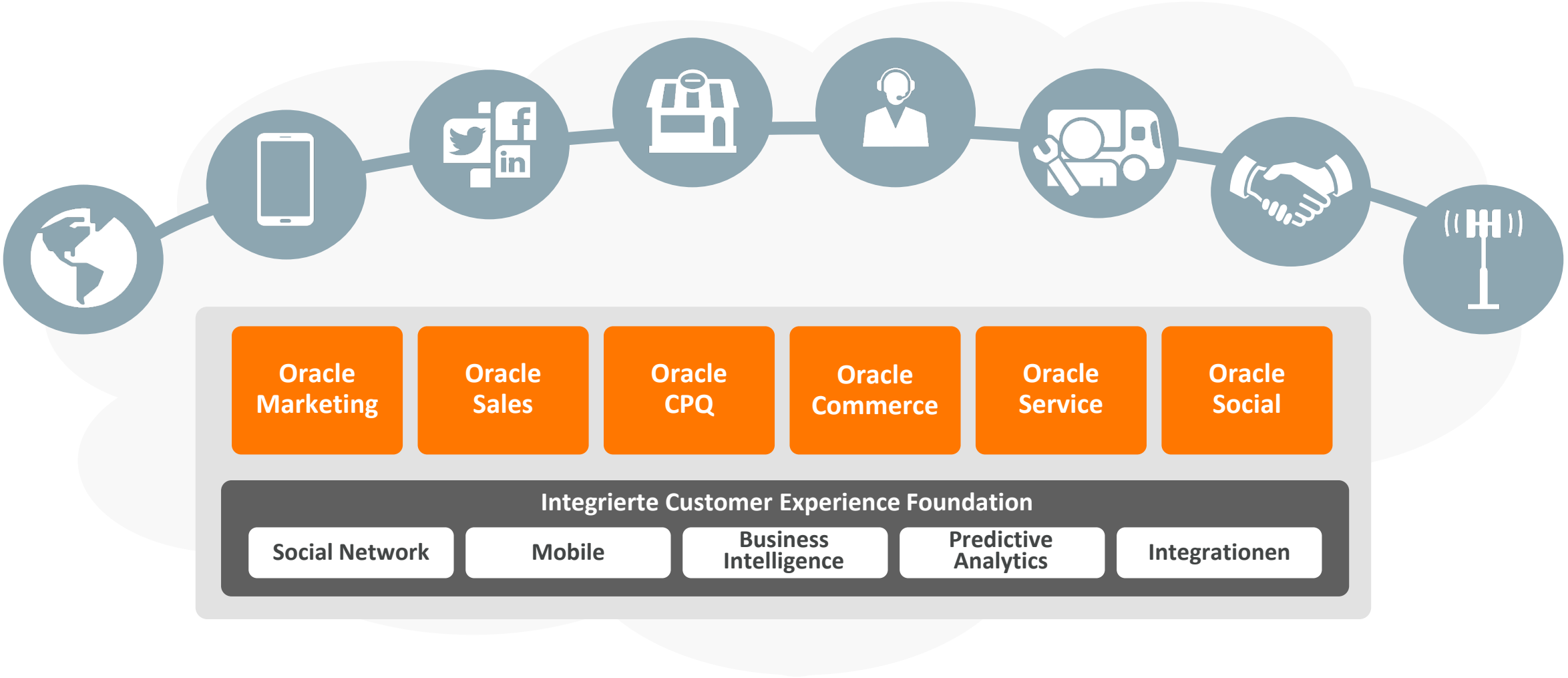
- BlueKai Data Management Platform
- Cross-Channel Marketing
- Social Marketing
- Content Marketing
- App-Cloud and BlueKai Partners
- Oracle Marketing Cloud Analytics

Über alle Kanäle

WEB | MOBILE | SOCIAL | EMAIL | COMMERCE | SALES | DISPLAY

Oracle CX

Eine vollständige Customer Experience Plattform



Copyright © 2014 Oracle and/or its affiliates. All rights reserved. | Oracle Confidential – Internal/Restricted/Highly Restricted

Eine komplette und moderne Suite von Cloud-Anwendungen

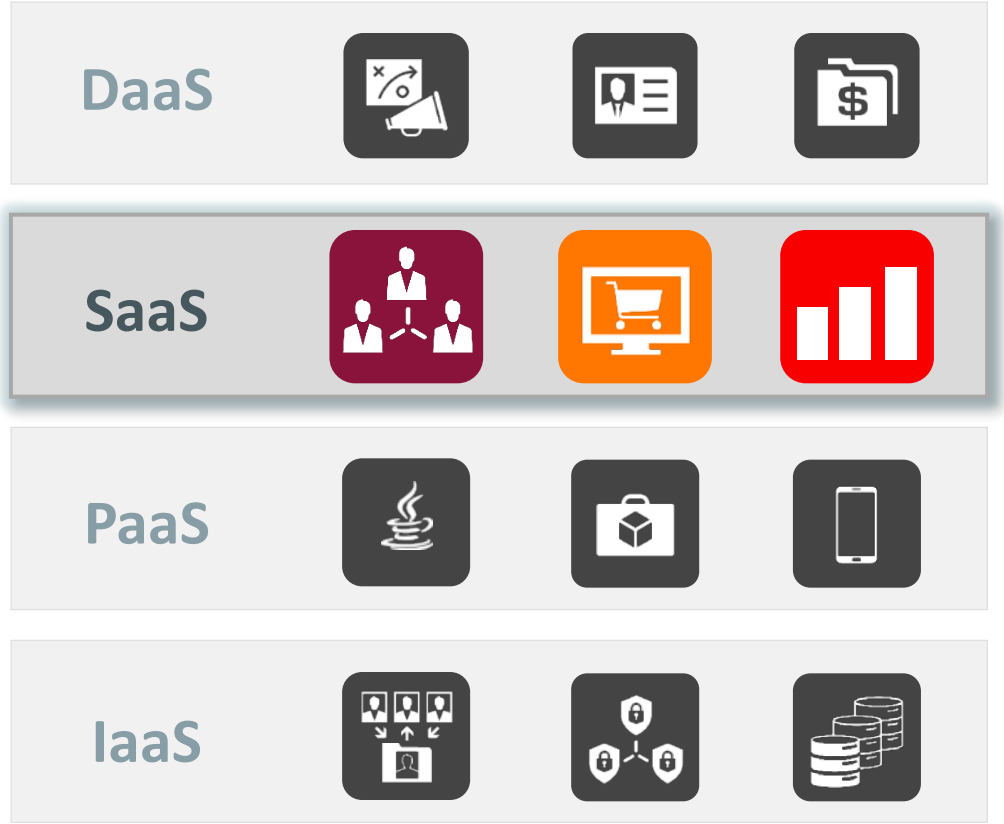
CX Cloud	Marketing	Sales	Configure, Price & Quote	Commerce	Service	Social
HCM Cloud	Global HR	Talent Management	Workforce Rewards	Workforce Management	Work Life	
ERP Cloud	Financials	Governance, Risk & Compliance	Project Portfolio Management	Procurement		
SCM Cloud	Planning & Collaboration*	Manufacturing*	Order Management	Inventory & Logistics	PLM	Procurement
Data Cloud	DaaS for Marketing	DaaS for Sales	DaaS for Customer Intelligence			
EPM Cloud	Enterprise Planning	Financial Reporting	Account Reconciliation*	Financial Consolidation & Close*		

Apps Marketplace

* Coming Soon

ORACLE

Die Cloud erobert alle Bereiche der IT



Neben SaaS werden zunehmend andere Cloud-Bereiche wichtiger

ORACLE

ORACLE®