

Pressemitteilung

SPoT on auf Big Data!

iCompetence entwickelt Konzept „Single Point of Truth“ (SPoT) für die Verknüpfung aller Online- und Offline-Daten

**Unternehmensweit einheitliche Datenbasis
macht Big Data nutzbar**

Hamburg, den 25.3.2014 – „Big Data“ war der meistgehörte Begriff der CeBIT 2014. Daten sind der Rohstoff des 21. Jahrhunderts - sofern man sie in den Griff bekommt. Daher werden Crosschannel-Ansätze zur Verknüpfung der Kanäle und in naher Zukunft auch Omnichannel-Ansätze, also die ununterbrochene Fortsetzung von Verkaufsvorgängen über Apps, Webseiten bis hin zu Ladengeschäften, immer wichtiger für den Unternehmenserfolg. Die Aufgabe, verschiedene gewachsene Datensysteme in Übereinstimmung zu bringen, ist in der Praxis äußerst komplex. Die iCompetence GmbH bietet Unternehmen aller Größen und Branchen hierfür ab sofort eine Lösung an: den „Single Point of Truth“ (SPoT). Im SPoT werden Daten aus allen On- und Offline-Quellen des Marketings zusammengeführt, zum Beispiel aus dem CRM, dem Call Center, von Marketingpartnern und AdWords. Als Ergebnis liefert SPoT eine einheitliche Basis für das Reporting und ermöglicht so eine verbindliche Bezifferung der Gesamt-Werbungskosten, in der sämtliche Kontaktpunkte mit den Kunden berücksichtigt und auch Retouren inkludiert sind.

„Viele Unternehmen bieten ihren Kunden heute ein nahtloses Käuferlebnis über alle Kanäle hinweg, doch das interne Tracking hält mit der Entwicklung bislang nicht Schritt – hier werden Synergien und Einsparpotentiale verschenkt“, sagt Matthias Postel, Geschäftsführer der iCompetence GmbH. „Wir haben mit SPoT ein Beratungskonzept entwickelt, das strukturiert Abhilfe schafft.“

Unternehmensweit eine einheitliche Datenbasis: SPoT

Eine effiziente Unternehmensplanung und ein wirkungsvolles Marketing berücksichtigen, dass sich der Kunde On- und Offline bewegt: Im Internet Preise vergleicht und Gutscheine sucht, dann im Laden die Qualität prüft und eventuell dort konvertiert. Das stellt Unternehmen vor die Frage, wie sie die on- und offline erhobenen Daten und schließlich auch das Marketing beider Bereiche zusammenführen können.

Hier setzt iCompetence mit SPoT an: Bestehende, heterogene Daten werden über einen strukturierten Prozess in ein einheitliches System überführt. Die Umsetzung kann in Form eines

iCompetence GmbH Weidenallee 10c 20357 Hamburg

Phone +49.40.6094551-0 Fax +49.40.6094551-99 E-Mail info@iCompetence.de www.iCompetence.de
Geschäftsführer: Matthias Postel Amtsgericht Hamburg, HRB 110059 SteuerNr.: 42/733/00396 Ust-ID: DE265683841
Bank: Hamburger Sparkasse BIC: HASPDEHHXXX IBAN: DE20200505501238165193

Data Warehouses erfolgen, zusätzlich wird ein Tag Management System eingeführt. In einem ersten Schritt wird dadurch eine relative Datengleichheit für die Onlinekanäle erreicht. Marketingstrategien werden vergleichbar, Synergien ersichtlich und für Optimierungsmaßnahmen nutzbar und eine individuelle Kundenansprache wird möglich, etwa via Retargeting.

Im nächsten Schritt wird von iCompetence mit SPoT eine maßgeschneiderte Roadmap für die Verknüpfung aller Online- und Offline-Kanäle erstellt. Unternehmen vom Webseitenbetreiber bis zum Konzern erhalten so einen umfassenden und einheitlichen Blick auf ihre Kundendaten: den ‚Single Point of Truth‘. Entsprechend den individuellen Bedürfnisse des Unternehmens wird festgelegt, welche ‚Daten-Wahrheit‘ künftig als Grundlage für BI-Entscheidungen (Business Intelligence) dienen wird. Ihr werden die Daten aller Abteilungen zugeordnet, gleich aus welchem Kanal sie bezogen werden.

Ein einheitliches Data-Management spart zudem Personal, Zeit und technische Ressourcen in den Fachabteilungen.

Eine umfassende Customer Journey On- und Offline

Für Unternehmen sind nicht allein die Online- oder Offline-Marketing-Kosten wichtig, sondern die Gesamt-Werbungskosten, die alle Kanäle umfassen und zum Beispiel auch Retouren berücksichtigen. Mit SPoT erhalten Geschäftsführung und Marketing-Entscheider eine Zahl, die Transparenz über den unternehmensweiten ROI schafft, da sie auf einer konsistenten, einheitlichen Datenbasis beruht.

Für viele Unternehmen wird mit SPoT zudem erstmals eine vollständige Customer Journey über alle Online- und Offline-Kanäle hinweg sichtbar – also die Reise des Kunden über alle Kontaktpunkte vom E-Shop, über Newsletter bis zum Ladengeschäft. Damit lassen sich Synergien zwischen den Kanälen zielgerichteter als bisher nutzen und die Werbe-Gesamtausgaben optimieren.

Über iCompetence:

Die iCompetence GmbH bietet Expertise in allen Fragen der Online-Offline-Integration, der Webanalyse und des Tag Managements. Die Digital Intelligence Experten unterstützen Unternehmen bei der Einrichtung von Analysetools, der Datensammlung und -auswertung und geben Handlungsempfehlungen ab. Dadurch ermöglichen sie es Unternehmen, ihre Kunden auf allen Kanälen kennenzulernen, die Informationen aus Webanalyse und Business Intelligence zusammenzuführen und diese sinnvoll zu nutzen. Die iCompetence GmbH betreut nationale sowie internationale Unternehmen aus den Branchen Tourismus, Dienstleistungen, Handel und Entertainment, u.a. Deutsche Post, Montblanc und DER Touristik Online. Als zertifizierter Partner zahlreicher Technologie-Anbieter gewährleistet sie ihren Kunden stets aktuellsten Kenntnisstand und unabhängige Beratung.

Pressekontakt:

Marietta Dräger
Agentur Frische Fische
T +49 30 629 011 73
marietta.draeger@frische-fische.com

Unternehmenskontakt:

Claudia Postel
iCompetence GmbH
T +49 40 609 45 51-51
c.postel@iCompetence.de
Weidenallee 10c, 20357 Hamburg, www.iCompetence.de

iCompetence GmbH Weidenallee 10c 20357 Hamburg

Phone +49.40.6094551-0 Fax +49.40.6094551-99 E-Mail info@iCompetence.de www.iCompetence.de
Geschäftsführer: Matthias Postel Amtsgericht Hamburg, HRB 110059 SteuerNr.: 42/733/00396 Ust-ID: DE265683841
Bank: Hamburger Sparkasse BIC: HASPDEHHXXX IBAN: DE20200505501238165193