

Presseinformation

Vortrag von Matthias Postel, iCompetence, zum Single Point of Truth (SPoT) auf dem Tracks Summit am 13. November:

„Die Reise zur wahren Customer Journey am Beispiel der Touristik“

Hamburg, 6. November 2014 – Matthias Postel, CEO der iCompetence GmbH, erläutert auf dem Tracks Summit in der Bucerius Law School, Hamburg, den richtigen Umgang mit der Customer Journey Analyse im Multichannelhandel am Beispiel eines realen Case aus der Tourismusbranche. Dabei führt Matthias Postel das von der iCompetence GmbH entwickelte Konzept des Single Point of Truth (SPoT) ein, der für eine einheitliche Datenbasis in der Cross-Channel-Analyse der Customer Journey sorgt – eine der zentralen Herausforderungen im Multichannel Handel.

Der Weg zur wahren Customer Journey ist steinig: An den unterschiedlichsten Touchpoints on- und offline kommt der Kunde mit Werbemaßnahmen und Produktinformationen in Kontakt, online und offline, im Store, TV oder das Call Center, über Tablet, PC oder Mobil, über Bannerwerbung, Adwords oder Emailmarketing. Die Erfassungsmethoden sind so unterschiedlich wie die Medien, in denen Werbung platziert wird und oft genug stehen schon eingefahrene Gewohnheiten der zuständigen Abteilungen einer einheitlichen kanalübergreifenden Erfassung der Customer Journey im Weg.

Doch wer seine Daten nicht strukturiert erfasst, wer womöglich über unterschiedliche Inhalte spricht, wenn er glaubt, Daten zu vergleichen, ist im Cross-Channel-Tracking der Customer Journey verloren – umso mehr, je mehr Kanäle hinzukommen. Kostspielige Fehlinvestitionen und ein Marketing im Blindflug sind die Folge. Das Konzept des Single Point of Truth (SPoT) der iCompetence GmbH verspricht eine einheitliche Datenbasis im Multichannelhandel. Im vergangenen Jahr hat die iCompetence GmbH das Konzept vom Single Point of Truth erfolgreich bei Kunden aus unterschiedlichen Branchen angewendet. Auf der Tracks wird Matthias Postel aus den Erfahrungen einer Anwendung in der Tourismus Branche berichten und einen Ausblick auf die Entwicklung im Multichannelhandel geben.

Was: Die Reise zur wahren Customer Journey am Beispiel der Touristik

Wer: Matthias Postel, CEO, iCompetence GmbH

Wo: Tracks Cross-Channel Advertising Summit, Bucerius Law School, Hamburg

Wann: 13. November 2014

Über iCompetence

Die iCompetence GmbH mit Unternehmenssitz Hamburg, 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:

Claudia Postel

Tel +49 40 60 94 55 1 - 51

Mobil +49 163 670 39 43

Email c.postel@iCompetence.de

iCompetence GmbH

Weidenallee 10c

20357 Hamburg

www.iCompetence.de