

Optimierung von Erlebnissen mit künstlicher Intelligenz.

Epson America kombiniert intelligente Analysen und maschinelles Lernen, um mit Adobe Experience Cloud bessere Kundenerlebnisse bereitzustellen.

EPSON[®]
EXCEED YOUR VISION

„Mit Adobe Sensei können wir verborgene Muster aufdecken, und mit Adobe Experience Cloud erstellen wir herausragende Erlebnisse für unsere Kunden, wodurch sich unsere Leads, Konversionen und Umsätze verbessern.“

Scott Sturcke, Director, Online Marketing Management, Epson America

LÖSUNG

Adobe Experience Cloud einschließlich Adobe Analytics als Teil von Adobe Analytics Cloud sowie Adobe Target als Teil von Adobe Marketing Cloud
Adobe Sensei
Adobe Customer Solutions

ERGEBNISSE



ERKENNT Muster im Benutzerverhalten



Ergebnisse der anfänglichen Tests **AMORTISIERTEN** die Kosten für das gesamte erste Jahr der Adobe Target-Nutzung



Beschleunigt die Anomalieerkennung mit **KÜNSTLICHER INTELLIGENZ**



Möglichkeit zur Nutzung von **ECHTZEIT**-Dashboards für Datenaustausch



Epson America, Inc.

Gründungsjahr: 1975

Long Beach, USA

www.epson.com

ZIELE

- Verbesserung der Online-Erlebnisse für eine Vielzahl von Kunden und Verkaufszyklen
- Erkennung und Behebung von Online-Fehlern, um Konversionen und Website-Leistung zu verbessern
- Optimierung der Kampagnen und digitalen Erlebnisse mithilfe datenbasierter Tests

NUTZUNGSSZENARIOEN

- Kundenanalyse (Customer Intelligence)
- Optimierung der Konversionsrate

Präzisionsprodukte für alle Zielgruppen.

Beim Firmennamen Epson denken viele an zuverlässige Drucker für Privatanutzer und Büros. Die Produktpalette ist jedoch bedeutend größer. Die Seiko Epson Group wurde 1942 ursprünglich als kleine Uhrenfabrik gegründet und kann daher auf eine lange Geschichte der Präzisionsherstellung und Entwicklung effizienter, hochentwickelter Produkte zurückblicken. Neben seiner Druckersparte zählt Epson zu den weltweit führenden Anbietern von Projektoren und ist Entwickler und Hersteller von Scannern, Wearables, Robotern und weiteren Geräten für den privaten, kommerziellen sowie industriellen Einsatz.

Aufgrund der großen Produktpalette besuchen verschiedenste Kunden die Website von Epson America: von Verbrauchern, die eine neue Tintenpatrone für ihren heimischen Drucker kaufen möchten, bis zu Technologie-Einkäufen für Schulbezirke, die Hunderte Klassenzimmer mit Epson-Projektoren ausstatten möchten. Während Privatkunden typischerweise sofort kaufen, durchlaufen Unternehmenskunden häufig einen längeren Verkaufszyklus, bei dem erst nach mehreren Monaten eine Kaufentscheidung steht.

Epson-Marketer, Produkt-Manager und andere Entscheidungsträger benötigen Einblick in die Performance von Produkten und Kampagnen bei den verschiedenen Kundentypen, um Konversionen und Kunden-Leads verbessern zu können. Deshalb verlässt sich das Unternehmen schon lange auf Adobe Analytics, eine Lösung innerhalb von Adobe Analytics Cloud, die zu Adobe Experience Cloud gehört und umfangreiche Echtzeitdaten liefert. Nach der Umstellung der Website auf SAP Hybris erweiterte Epson den Einsatz von Adobe Experience Cloud mit einer Neu-Implementierung von Adobe Analytics. Außerdem wurde Adobe Target, Teil von Adobe Marketing Cloud, hinzugefügt.

Adobe Analytics und Adobe Target liefern zusammen die Daten, die Epson für Einblicke und zur Optimierung von Erlebnissen für die vielfältigen Kunden benötigt. Adobe Sensei, das Framework für künstliche Intelligenz (KI) und maschinelles Lernen von Adobe, erweitert die Möglichkeiten von Analytics und Target, sodass Routineprozesse beschleunigt und Anomalien mit weniger Aufwand erkannt werden können.

„Dank der zusätzlichen Funktionen von Adobe Sensei können wir unsere Adobe Experience Cloud-Implementierung noch besser nutzen und eventuelle Schwachstellen aufdecken, sodass wir all unseren verschiedenen Kunden attraktive digitale Erlebnisse bieten können“, so Scott Sturcke, Director für Online Marketing Management bei Epson America.

Datenbasierte Entscheidungen dank Customer Intelligence.

Mit Adobe Analytics kann Epson die Leistung der Website überwachen, Kampagnen nachverfolgen und detaillierte Dateneinblicke erhalten, die genaue KPI-Messungen ermöglichen. Adobe Analytics verarbeitet Daten für Marketing-Kampagnen aus allen Kanälen und liefert Marketern einen klaren Überblick über die Leistung der Kampagnen. Bei den Kanälen handelt es sich nicht nur um die Website und die mobile Site, sondern auch um Display-Anzeigen, E-Mails und Paid Search.

„Mit Adobe Analytics können wir die Customer Journey verfolgen und Marketer mit aussagekräftigerem Feedback versorgen, das uns zeigt, ob die Kampagnen tatsächlich zu Konversionen oder Leads führen.“

„Die Anomalieerkennung hilft uns dabei, genau festzustellen, wo und wann Probleme auftreten, sodass wir sie lösen und die Auswirkungen auf Konversionen und Leads minimieren können.“

Scott Sturcke, Director, Online Marketing Management, Epson America

„Marketer achten häufig nur darauf, wie viele Klicks eine Kampagne erhalten hat. Allerdings hat diese Zahl nur bedingt Aussagekraft zur Performance“, so Sturcke. „Mit Adobe Analytics können wir die Customer Journey verfolgen und Marketer mit aussagekräftigerem Feedback versorgen, das uns zeigt, ob die Kampagnen tatsächlich zu Konversionen oder Leads führen.“

Mit Analysis Workspace verwendet Epson komplexe Echtzeitdaten und -analysen über ein flexibles Dashboard. Dank Analysis Workspace kann das Team schnell zwischen Ansichten wechseln und Echtzeitdaten mit Verantwortlichen austauschen.

„Durch die Möglichkeit, Dashboards zu laden und wichtige Online-Ereignisse in Echtzeit zu überwachen, kann das Team seine Arbeit optimieren und sich ganz auf die Performance konzentrieren“, so Sturcke. „Ganz gleich, ob gerade Black Friday ist oder die aktualisierte Website veröffentlicht wird – mit Adobe Analytics können wir die Performance überwachen und Probleme in Echtzeit erkennen.“

Künstliche Intelligenz für Diagnosen.

Echtzeit-Dashboards sind nicht die einzige Möglichkeit für Epson, Probleme zu untersuchen. Mit der Anomalieerkennung von Adobe Analytics, die auf Adobe Sensei basiert, lernt das KI-Modul und deckt so auf der Basis von Aktionen, Fehlern und Konversionen ungewöhnliches Website-Verhalten auf.

Wenn die Website vom erwarteten Verhalten abweicht, werden automatisch Warnhinweise ausgegeben. Außerdem hilft die Gewichtungsanalyse auf der Basis von Adobe Sensei Entwicklern bei der genauen Identifizierung des Problems. Das können Probleme wie ein plötzlicher Rückgang des Traffics, die Zunahme eines bestimmten Fehler-Codes oder die Tatsache sein, dass Kunden die Website an derselben Stelle verlassen.

„Es kann schwer sein, Ursachen für Website-Fehler zu finden, und die Replizierung ist noch schwieriger“, so Sturcke. „Die Anomalieerkennung hilft uns dabei, genau festzustellen, wo und wann Probleme auftreten, sodass wir sie lösen und die Auswirkungen auf Konversionen und Leads minimieren können. Wir können Problem schneller aufdecken und beheben und so ein besseres Kundenerlebnis bereitstellen – obwohl wir weniger Zeit für die Fehlersuche aufwenden.“

Nach dem Wechsel der Epson-Website zur neuen Plattform verwendete das Unternehmen die Anomalieerkennung, um unerwartete Schwankungen beim Traffic zu erkennen. Plötzliche Änderungen beim Traffic können auf defekte Links, falsche Weiterleitungen oder Marketing-Kampagnen mit veralteten Links hinweisen.

Während Epson derzeit mit der Anomalieerkennung Fehler behebt, plant das Unternehmen, mit den Erkenntnissen aus dem maschinellen Lernen von Adobe Sensei nach dem Launch neuer Kampagnen positive Ergebnisse wie plötzliche Anstiege bei Verkauf, Traffic oder Leads zu erkennen.

„Da Adobe Analytics und Adobe Target zusammenarbeiten, können wir die Ergebnisse unserer Tests genauer untersuchen und fundierte Entscheidungen dazu treffen, wie sich die Online-Erlebnisse unserer Kunden optimieren lassen.“

„Adobe Customer Solutions hat uns hervorragend mit Best Practices und Hinweisen geholfen, wie wir unsere Struktur verbessern und so die erforderlichen Daten erhalten können.“

Scott Sturcke, Director, Online Marketing Management, Epson America

„Adobe ist bereits seit langer Zeit ein führender Technologieanbieter. Mit Adobe Sensei nutzen wir die Vorteile des maschinellen Lernens dazu, intelligenter zu arbeiten und unser digitales Konzept proaktiver umzusetzen“, so Sturcke. „Wir können uns darauf konzentrieren, die Customer Experience zu optimieren, damit wir uns von der Konkurrenz abheben.“

Optimierung von Erlebnissen mit Adobe Target.

Epson verstärkt den Einsatz umfangreicher Adobe Analytics-Daten zum Testen und Optimieren der Website mit Adobe Target. „Wir verwenden Adobe Analytics unter anderem deshalb so gern, weil es so gut mit anderen Tools zusammenarbeitet“, betont Sturcke. „Es ist offensichtlich, dass Adobe Analytics und Adobe Target gut zusammenarbeiten, aber die Adobe-Lösungen arbeiten ebenso gut mit den anderen Tools unserer Plattform zusammen, zum Beispiel mit SAP Hybris für E-Commerce, Tag-Manager, Tools für Content-Management und Zielgruppensegmentierung und Tools zur Sitzungswiedergabe. Adobe Experience Cloud gibt uns die Freiheit, die für uns geeigneten Tools zu wählen, ohne auf die Vorteile nahtloser Workflows verzichten zu müssen.“

Als Epson das Kaufverhalten der Kunden auf den Seiten zur Kaufabwicklung mit Adobe Analytics untersuchte, stellte das Unternehmen fest, dass viele Kunden die Website an der Stelle verlassen, wo sie sich als Gast oder wiederkehrender Kunde identifizieren sollen. Das Unternehmen vermutete, dass Kunden vom Seiten-Layout irritiert waren und daher die Informationen für Gäste **und** wiederkehrende Kunden ausfüllten. Das verhinderte den erfolgreichen Abschluss dieses Schrittes, und die Kunden verließen einfach die Website.

Das Unternehmen testete die Vermutung mithilfe von Adobe Target und verglich das bestehende Layout mit zwei Varianten, die die Felder für Gäste und wiederkehrende Kunden deutlich unterschieden. Nach nur einer Woche stellte Epson fest, dass die zwei neuen Testversionen kontinuierlich deutlich besser abschnitten als die alte Version der Seite. Epson entfernte schnell die alte Version und testete nun, ob die rechte oder linke Seite bei der Dateneingabe bessere Ergebnisse liefert.

„Mit den Informationen aus dem ersten Test konnten wir die Konversion so stark steigern, dass die Kosten für das gesamte erste Jahr der Nutzung der Adobe-Lösung amortisiert wurden“, freut sich Sturcke. „Da Adobe Analytics und Adobe Target zusammenarbeiten, können wir die Ergebnisse unserer Tests genauer untersuchen und fundierte Entscheidungen dazu treffen, wie sich die Online-Erlebnisse unserer Kunden optimieren lassen.“

Epson ist dabei, die Nutzung von Adobe Experience Cloud noch stärker zu erweitern. „Mit Adobe Target können wir die Lücke zwischen Tests und Personalisierung schließen und Lead-Generierung sowie Marketing-Kampagnen verbessern, da wir basierend auf den Erkenntnissen zu unseren Besuchern die richtigen Erlebnisse liefern können“, erklärt Sturcke. Die von Adobe Sensei unterstützten Funktionen helfen Epson, potenzielle Fallstricke aufzudecken und attraktivere Kundenerlebnisse bereitzustellen – ganz gleich, ob der Verkaufszyklus zwei Minuten oder zwei Jahre dauert.

LÖSUNG AUF EINEN BLICK

Adobe Experience Cloud einschließlich:

Adobe Analytics Cloud

- Adobe Analytics
 - Analysis Workspace
 - Anomalieerkennung auf Basis von Adobe Sensei
 - Gewichtungsanalyse auf Basis von Adobe Sensei

Adobe Marketing Cloud

- Adobe Target
 - A/B-Tests

Adobe Customer Solutions

Weitere Informationen:

www.adobe.com/data-analytics-cloud.html

www.adobe.com/sensei.html

www.adobe.com/marketing-cloud.html

www.adobe.com/experience-cloud/service-support/professional-services.html



Adobe

Adobe Systems GmbH
Georg-Brauchle-Ring 58
D-80992 München

Adobe Systems (Schweiz) GmbH

World Trade Center
Leutschenbachstrasse 95
CH-8050 Zürich

www.adobe.de, www.adobe.at,

www.adobe.ch, www.adobe.com

Das Team von Adobe Customer Solutions arbeitete während der Neu-Implementierung mit Epson zusammen, und Berater unterstützen Epson weiterhin bei der optimalen Nutzung des Testprogramms.

„Adobe Customer Solutions hat uns hervorragend mit Best Practices und Hinweisen geholfen, wie wir unsere Struktur verbessern und so die erforderlichen Daten erhalten können“, so Sturcke. „Unsere Adobe-Beraterin hat uns besonders bei der Implementierung von Adobe Target geholfen, da wir zuerst verstehen mussten, welche Schwellenwerte und Daten wir für die Bestimmung des besten Testszenarios benötigen. Unsere Beraterin ist nicht nur mit den technischen Aspekten hervorragend vertraut, sondern bringt auch regelmäßig neue Ideen und Beispiele ein. Mit Adobe Sensei können wir verborgene Muster aufdecken, und mit Adobe Experience Cloud erstellen wir herausragende Erlebnisse für unsere Kunden, sodass sich unsere Leads, Konversionen und Umsätze verbessern.“