

Wie künstliche Intelligenz menschliche Kommunikation verbessern kann.

Sky UK transformiert Kundenerlebnisse mithilfe von Adobe Sensei.



„Mit Adobe Sensei können wir Customer Intelligence direkt in die Entwicklung personalisierter Erlebnisse einfließen lassen, um sie besser und relevanter zu machen.“

Rob McLaughlin, Leiter der Abteilung Digital Decisioning and Analytics, Sky UK

LÖSUNG.

Adobe Experience Cloud: Adobe Analytics und Adobe Audience Manager, Teil von Adobe Analytics Cloud, sowie Adobe Target, Teil von Adobe Marketing Cloud

Adobe Sensei

ERGEBNISSE.



PRÄZISERE Kundensegmentierung



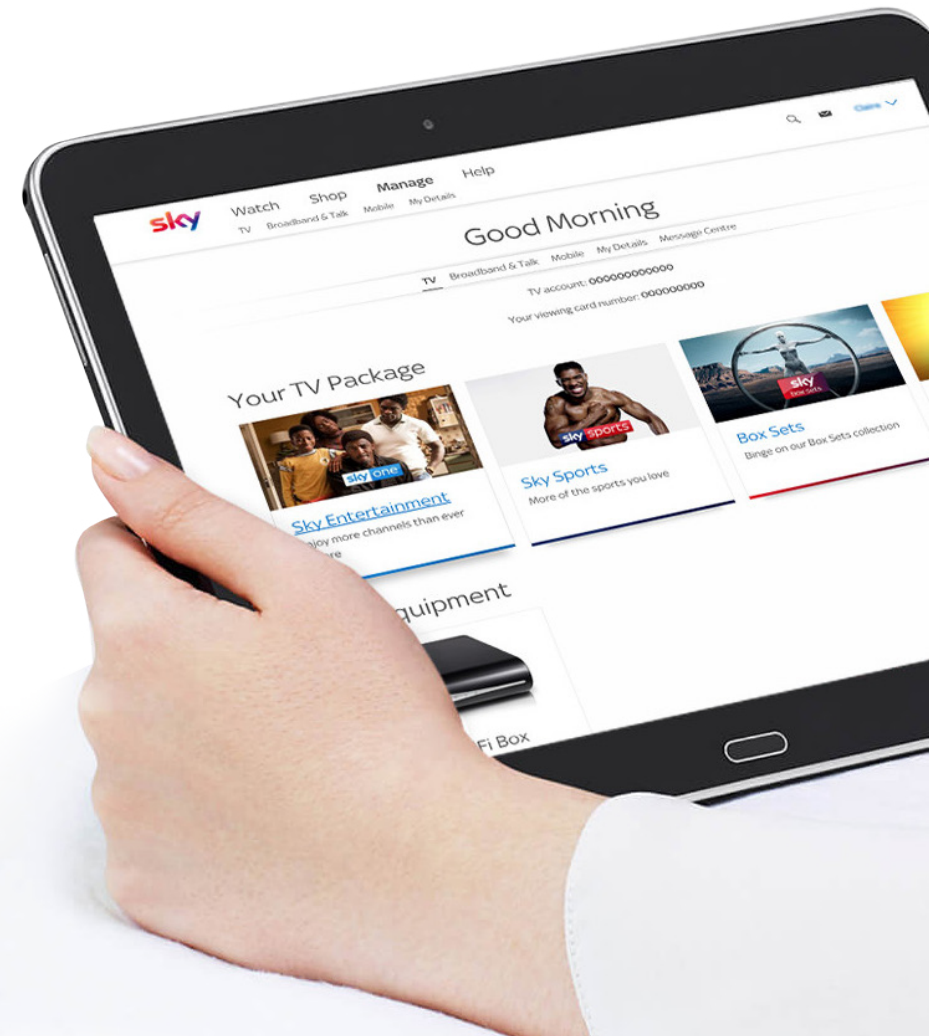
Verwertbare Erkenntnisse durch **MACHINE LEARNING**



Bessere **KUNDENBEZIEHUNGEN**



Tieferes, KI-gestütztes Verständnis von Kundenanforderungen
AUF ALLEN KANÄLEN



Sky UK

Gegründet: 1990

Mitarbeiter: 30.000

London, Großbritannien

www.sky.com

HERAUSFORDERUNGEN.

- Kundendaten nutzen, um Interaktionen individueller und persönlicher zu gestalten
- Kommunikation im persönlichen Dialog oder über digitale Kanäle optimieren
- Kunden-Service durch die Antizipation von Kundenbelangen verbessern

NUTZUNGSSZENARIOEN.

- Customer Intelligence
- Kundenakquise

Personalisierte Erlebnisse für 22,5 Millionen Kunden.

Digitale Kanäle wie E-Mail, Websites, digitale Werbung und Social Media nehmen in der Kundenkommunikation eine immer wichtigere Rolle ein. Gleichzeitig legen Kunden zunehmend Wert auf eine persönlichere Verbindung zu Marken. Sie möchten als Individuen und nicht einfach als Nummer in einer Datenbank wahrgenommen werden.

Sky UK hat diesem Wunsch nach personalisierten digitalen Interaktionen Rechnung getragen, um sich in einem hart umkämpften Markt besser zu positionieren. Sky UK zählt zu den führenden Telekommunikations- und Entertainment-Unternehmen Großbritanniens und bedient Millionen Kunden mit Telefonie-, Breitband-Internet-, Kabel-TV- und mobilen Dienstleistungen. Die Websites von Sky News und Sky Sports zählen zu den meistbesuchten Websites in Großbritannien.

72 Prozent der Kunden interagieren mit Sky UK über mindestens drei Kanäle, u. a. telefonisch, persönlich und online. Bei seinen Cross-Channel-Marketing-Aktivitäten setzt Sky UK auf die integrierten Analyse- und Personalisierungs-Tools von Adobe Experience Cloud.

Adobe Analytics und Adobe Audience Manager überwachen und konsolidieren Echtzeit-Kundendaten über alle Kanäle hinweg und liefern dadurch ein klareres Kundenbild. Adobe Target nutzt diese Erkenntnisse, um relevantere Interaktionen mit den einzelnen Kundensegmenten zu ermöglichen.

„Adobe Experience Cloud ist eine hervorragende Lösung für die kanalübergreifend nahtlosen Erlebnisse, die unsere Kunden sich wünschen“, so Rob McLaughlin, Leiter der Abteilung Digital Decisioning and Analytics bei Sky UK. „Wir haben 22,5 Millionen sehr unterschiedliche Kunden. Selbst wenn man sie nach bevorzugtem Fernsehprogramm gruppiert, erhält man nur sehr grobe Segmente. Wir hatten das Gefühl, wir könnten mehr tun, um wirklich maßgeschneiderte, personalisierte Erlebnisse bereitzustellen.“

McLaughlin entschied, auf Adobe Sensei – Adobes Framework für künstliche Intelligenz und Machine Learning – basierende Funktionen von Adobe Experience Cloud auszuprobieren. Die automatisierte Personalisierung, eine von Adobe Sensei gestützte Funktion von Adobe Target, analysiert die enorme Menge an Informationen über Sky UK-Kunden in Echtzeit und ermöglicht so Empfehlungen, Dienste und Erlebnisse, die dynamisch an den einzelnen Kunden angepasst werden können.

„Bei künstlicher Intelligenz denken viele an roboterhafte, schematische Erlebnisse – dabei ist genau das Gegenteil der Fall“, erklärt McLaughlin. „Mit Adobe Sensei können wir Customer Intelligence direkt in die Entwicklung personalisierter Erlebnisse einfließen lassen, um sie besser und relevanter zu machen.“

„Wenn Kunden einen Dienst nutzen und uns die Erlaubnis erteilt haben, Daten rund um ihr Nutzerverhalten zu sammeln, ist es nur sinnvoll, diese Daten zu verwenden, um relevantere Interaktionen zu erzielen“, so McLaughlin. „Wer Machine Learning nicht nutzt, nimmt in Kauf, dass Erlebnisse nicht gelingen, weil die Personalisierung fehlt.“

„Adobe Sensei ist die einzige Lösung, mit der wir exakt auf den Kunden abgestimmte Angebote auf allen Kanälen koordinieren und bereitstellen können. Wir können Kunden mit Empfehlungen überraschen und begeistern, die nicht nur relevant, sondern auch erwünscht sind.“

„Wir holen Adobe Sensei aus der digitalen in die reale Welt. Künstliche Intelligenz hilft uns, persönliche Interaktionen mit Kunden zu optimieren.“

Rob McLaughlin, Leiter der Abteilung Digital Decisioning and Analytics, Sky UK

Exakte Ermittlung von Kundenpräferenzen.

Für McLaughlin sind Angebote nicht nur ein Mittel zur Umsatzsteigerung. Er betrachtet sie als hilfreichen Service für Kunden, um sie auf Produkte oder Dienste hinzuweisen, die ihnen gefallen könnten. „Wir nennen es ‚Trefferquoten maximieren‘ – unsere Chancen verbessern, Kunden Vorschläge zu unterbreiten, die sie wirklich interessieren.“

Durch die Identifizierung von Kunden über verschiedene Kanäle hinweg mittels Adobe ID kann Sky UK viel über seine Kunden und ihr App- und Fernsehverhalten lernen. Früher definierte McLaughlins Team Regeln, um Kunden in Segmente einzuteilen, doch selbst mit Adobe Experience Cloud ist die Definition detaillierter und personalisierter Segmente sehr zeitaufwendig.

Ein Beispiel: Die wenigsten Kunden interessieren sich für alle Sportangebote. In der Regel verfolgen sie nur bestimmte Sportarten und Teams. Eine Sky Sports-Empfehlung zu einer Sportart oder Mannschaft, für die sich ein Kunde nicht interessiert, ist i. d. R. nicht sehr effektiv. Marketer könnten viel Zeit darauf verwenden, ausgefeilte Regeln für einzelne Segmente aufzustellen, und würden dennoch kaum alle möglichen Kombinationen von Lieblingssportarten und -mannschaften erfassen.

Statt Regeln und Segmenten basiert die automatisierte Personalisierung von Adobe Target auf Machine Learning. Die Technologie ermittelt nach und nach die Präferenzen eines Kunden und ermöglicht so treffendere und individuellere Empfehlungen.

„Adobe Sensei ist die einzige Lösung, mit der wir exakt auf den Kunden abgestimmte Angebote auf allen Kanälen koordinieren und bereitstellen können“, so McLaughlin. „Wir können Kunden mit Empfehlungen überraschen und begeistern, die nicht nur relevant, sondern auch erwünscht sind.“

Bessere Kundeninteraktionen dank künstlicher Intelligenz.

Bei jedem Produkt oder Dienst kann es Probleme geben – wie ein Unternehmen mit diesen Problemen umgeht, entscheidet letztendlich darüber, wie Kunden über das Unternehmen denken. Sky UK verwendet das auf Adobe Sensei basierende Adobe Analytics-Werkzeug „Segmentvergleich“, um die Kommunikation zwischen Kunden und Callcenter zu optimieren. Wenn sich ein Kunde an das Callcenter wendet, kann Sky UK mithilfe eines Segmentvergleichs verschiedene Kundenattribute analysieren, z. B. bereits gekaufte Produkte, Wohnort, Status im Customer Lifecycle oder Resultate früherer Interaktionen. Basierend auf diesen Informationen wird der Kunde direkt zu dem Mitarbeiter weitergeleitet, der am besten dafür geeignet ist, sein Anliegen zu bearbeiten.

„Wir holen Adobe Sensei aus der digitalen in die reale Welt“, so McLaughlin. „Künstliche Intelligenz hilft uns, persönliche Interaktionen mit Kunden zu optimieren.“

„Adobe Experience Cloud und Adobe Sensei liefern uns fundiertere Erkenntnisse über unsere Kunden und ihre Einstellung zu unseren Produkten und Diensten.“

Rob McLaughlin, Leiter der Abteilung Digital Decisioning and Analytics, Sky UK

LÖSUNG AUF EINEN BLICK.

Adobe Experience Cloud, inkl.

Adobe Analytics Cloud

- Adobe Analytics
 - Segmentvergleich auf Basis von Adobe Sensei
- Adobe Audience Manager
 - Look-alike-Modellierung auf Basis von Adobe Sensei

Adobe Marketing Cloud

- Adobe Target
 - Automatisierte Personalisierung auf Basis von Adobe Sensei

Weitere Informationen:

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

www.adobe.com/de/marketing-cloud.html

www.adobe.com/de/sensei.html

Der auf Adobe Sensei basierende Segmentvergleich fasst Informationen zum Kundenverhalten zusammen, z. B. welche Programme der Kunde am liebsten schaut oder wer in seinem Haushalt welche Genres mag. Diese Informationen dienen Kundendienstmitarbeitern als Gesprächseinstieg. Die Mitarbeiter müssen sich also nicht jedes Mal ein neues Bild vom jeweiligen Kunden machen, sondern können sich gleich dem aktuellen Anliegen des Kunden widmen und passende Lösungen suchen. „Wir haben festgestellt, dass KI zu besseren und relevanteren Gesprächen beiträgt“, so McLaughlin.

„Adobe Experience Cloud und Adobe Sensei liefern uns fundiertere Erkenntnisse über unsere Kunden und ihre Einstellung zu unseren Produkten und Diensten“, resümiert McLaughlin. „Wir haben ein besseres Verständnis von den Kunden als Individuen und können unserem Service die menschliche Komponente geben, die unsere Kunden sich wünschen.“



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