



## Im Check: SAS CI 360 – das neue smarte Omnichannel-Tool

### Warum Kampagnenmanager jetzt zu SAS Customer Intelligence 360 wechseln sollten

Damit Werbung per E-Mail, Post oder im Netz beim Kunden ankommt, braucht es viel Know-how und Technologie. Insgesamt sorgen eine ganze Reihe komplexer Prozesse dafür, dass Kampagnen zielführend sind. Diese Komplexität lässt sich jetzt erheblich vereinfachen.

Das cloubasierte Kampagnen Tool SAS Customer Intelligence 360, kurz SAS CI 360, macht dem Kampagnenmanagement das Leben leicht. Es bietet eine Kampagnenmanagement-Komplettlösung. Die einfache Bedienung und Kampagnenplanung sowie im Ergebnis smartere Kampagnen – das sind einfache gute Gründe, um von bisherigen Lösungen zu SAS CI 360 zu wechseln.

## Kinderleicht und superschnell Omnichannel-Kampagnen aufsetzen

Ein Vorteil von SAS CI 360, der jeden Kampagnenmanager sofort für das Tool einnimmt, ist **die leichte Bedienung**. Eine übersichtliche Nutzeroberfläche präsentiert alle Funktionen auf einen Blick, von der ersten Auswahl von Empfängern einer Kampagne bis zur Kampagnenauswertung auf dem Dashboard.

Im Einzelnen: Definieren Sie hier Ihre Zielgruppe, und legen Sie fest, welche Regeln (business rules) berücksichtigt werden sollen. Zum Beispiel: Sie wollen Männer einer bestimmten Altersklasse ansprechen, aber diejenigen übergehen, die nur eine geringe Bonität vorweisen können. In einer Bibliothek (digital asset management) werden Bilder oder Snippets (wiederverwendbarer Quellcode oder Text) abgelegt, auf die man für die Kampagnengestaltung zurückgreifen kann. Hier werden Kampagnen erstellt, die im Fall von E-Mails oder Werbung auf Webseiten (bannering) automatisiert in den Versand gehen, bei anderen Kampagnen wird eine Export-Datei an den weiterverarbeitenden Dienstleister, etwa ein Callcenter oder eine Druckerei, versandt. Am Ende steht die Auswertung: Wurde die E-Mail geöffnet? Hat sich der Kunde das beworbene Produkt angesehen? Diese Informationen sind über das Dashboard abrufbar.

Was überzeugt: All diese Funktionen sind **in einem Tool** integriert. Es ist damit nicht mehr nötig, zwischen mehreren Programmen zu wechseln, zum Beispiel für die Planung einer Kampagne.

Ein weiterer Vorteil: Alle **Komponenten können wiederverwendet werden**. Wenn man zum Beispiel einmal eine Zielgruppe festgelegt hat oder eine E-Mail-Kampagne formuliert hat, dann können diese Komponenten immer wieder verwendet und/oder bei Bedarf angepasst werden, ohne dass man jedes Mal von vorne anfangen muss. Hier lassen sich auch Komponenten von früheren Kampagnen neu zusammenführen. Für Kampagnen lassen sich auf der SAS CI 360 Plattform Templates aufsetzen, so dass man diese nicht mehr aus anderen Tools hochzuladen braucht.

Das spart Ressourcen: SAS CI 360 ist eine Software, für deren Bedienung man **weder IT- noch Statistik-Kenntnisse** benötigt. Jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter im Marketing oder im Vertrieb ist nach einer Einführung in der Lage, das Tool fürs Kampagnenmanagement selbstständig zu nutzen. Damit werden auch umfangreiche Abstimmungsprozesse obsolet. Der Feedback-Loop über die IT ist in vielen Fällen überflüssig, weil das Dashboard ein schnelles Feedback zu allen Kampagnen liefert. Wenn dies nicht ausreicht, wenn das Kampagnen-Reporting doch detaillierter benötigt wird, kann immer noch ein Reporting-Team eingebunden werden.

Vorteil Kompatibilität: SAS CI 360 lässt sich **leicht verbinden mit anderen SAS Tools**, zum Beispiel SAS Marketing Optimization, SAS Viya oder SAS Real-Time Decision Manager. Manche Tools sind in Kombination miteinander über eine Benutzeroberfläche zu managen (z.B. Marketing Optimization). Andere (SAS Viya, Real-Time Decision Manager) können einfach angebunden werden, weil eine Schnittstelle dafür vorgesehen ist.

## Smartere, dynamischere Kampagnen auf allen Kanälen managen

Mit SAS CI 360 lassen sich mehr Erkenntnisse über Kunden generieren als je zuvor. Möglich wird dies durch die Verknüpfung von digitalen Kundendaten mit offline Daten. So entsteht eine **ganzheitliche Sicht auf Kundengruppen**, die für treffsichere Marketingaktionen die beste Grundlage schafft.

Im Einzelnen: Wenn Sie Online-Kundendaten aus den Navigationsverhalten von Kunden auf Webseiten und in mobilen Apps sowie aus Echtzeitaktionen mit Offline-Kundendaten zu einer umfassenden Sicht auf Kundengruppen zusammenführen, entwickeln Sie ein besseres Verständnis für das Kundenverhalten und darauf aufbauend erfolgreichere Kampagnen. Sprechen Sie so jeden Kunden entlang der Customer Journey **individuell und kontextbezogen präzise** an, ob über Inbound- oder Outbound-Kanäle, und erleben Sie, welchen Unterschied das macht.

Sehr hilfreich: SAS CI 360 integriert **Hilfsmittel**, zum Beispiel für A/B-Testings. Auf diese Weise kann die Kundenansprache laufend optimiert werden. Zudem können über in die Lösung eingebettete Analytics neue Kundensegmente entdeckt werden. Viele verschiedene Leistungsbausteine können im Marketing dafür herangezogen werden, dem Kunden das für ihn jeweils relevanteste Produkt zu präsentieren. So wird beispielsweise die durch Kundenverhalten ausgelöste E-Mail-Ausspielung (triggerbasierte Ausspielung) ermöglicht. Jederzeit das individuell beste nächste Angebot haben auch die Agenten im Customer Care Center parat. Und dem Marketing gelingt das beste Timing für Re-Targeting. Auch jede Webseite kann dem individuellen Kundeninteresse entgegenkommen: über die personalisierte Ausspielung von Banner-Werbung (bannering).

**Reporting** – ganz einfach: Ein voreingestelltes Reporting und grafische Darstellungen gehören zu den wichtigsten Hilfestellungen fürs Kampagnenmanagement. SAS CI 360 bietet viele Möglichkeiten, wie die generierten Informationen für die verschiedenen Nutzergruppen aufbereitet werden können. Für einfache Reportings über das Dashboard genügt ein initiales Set-up, alles Folgende geschieht automatisch. Damit löst SAS CI 360 viele bislang manuell zu bewerkstelligende Aufgaben durch smarte Automatismen ab.

## Über die integrierte Kampagnen- planung viel Zeit und Geld sparen

Ein großer Vorteil: Alles für die Kampagnenplanung, -umsetzung und fürs Reporting **in einem Tool**, für alle Bereiche nachvollziehbar und zentral steuerbar – damit reduziert SAS CI 360 die Abstimmung zwischen verschiedenen Abteilungen und innerhalb des Marketing ganz erheblich. Mussten früher viele Informationen von verschiedenen Rechnern und Softwareprogrammen (z.B. Excel) zusammengetragen und in unterschiedlichen Tools hochgeladen werden, liegt nun alles an einem Ort. Wer ist zuständig? Wer ist verantwortlich? Die zentrale Zusammenführung aller Kampagnenplanungsschritte an einem Ort und der durchorganisierte Workflow ermöglichen die **klare Zuordnung**.

Das Workflow Management legt zweifelsfrei fest, wer was bis wann beizusteuern hat. Eine Kampagne kann von der Budgetplanung bis zur Analyse der Ergebnisse vom Marketing begleitet werden. Auch die komplexeste Kampagnenplanung, in die viele Bereiche einbezogen werden müssen, wird so gut steuerbar. Zu guter Letzt: SAS CI 360 kann an die Prozesse jedes Unternehmens angepasst werden.

Insgesamt bringt SAS CI 360 damit Struktur und klare Abläufe in die Planung, Realisierung und Steuerung von Omnichannel-Kampagnen.

## Fazit

SAS CI 360 ist ein Kampagnen-Tool, das Kampagnenmanagern die Bedienung und Planung erleichtert und damit im Ergebnis dazu beiträgt, dass aus dem verfügbaren Wissen über Kunden die optimale Kommunikation entstehen kann.

## Die Einführung von SAS CI 360 mit CINTELLIC



Wir stellen die Lösung SAS CI 360 gern für Ihr Unternehmen bereit.

Am Anfang steht immer der sogenannte „Proof of Value“. Wir prüfen gemeinsam mit Ihnen, welcher Uplift für Ihr Unternehmen erzielbar ist, auf kleiner Datenbasis. Wenn dies erfolgversprechend ist, dann gehen wir im nächsten Schritt in die Planung.

Der Ansatz von CINTELLIC ist „Plan – Build – Run“. Das heißt: Wir gehen Ihr Projekt mit Ihnen gemeinsam an und bleiben an Ihrer Seite, bis die Kampagnenoptimierung sich in der Praxis reibungslos bewährt. Und zwar bis hin zur personellen Ausstattung mit Fachleuten, die Ihr Kampagnenmanagement unterstützen.

**Von Annika Hoffmann,  
CINTELLIC Consulting Group**

## Ansprechpartner



**Dr. Jörg Reinnarth**  
*Geschäftsführer*  
CINTELLIC Consulting Group  
joerg.reinnarth@cintelllic.com



**Stephan Klöckner**  
*Senior Manager*  
CINTELLIC Consulting Group  
stephan.kloeckner@cintelllic.com

## Über CINTELLIC

Die 2010 gegründete CINTELLIC Consulting Group ist eine auf digitales Kundenmanagement spezialisierte Unternehmensberatung, die ihre Klienten vom ersten Konzept bis zur Umsetzung in der Praxis ganzheitlich begleitet. An den Standorten in Bonn, Frankfurt am Main und München arbeiten über 70 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Zu den Klienten zählen DAX-Konzerne, führende mittelständische Unternehmen und insbesondere zahlreiche sogenannte „Hidden Champions“ mit den Branchenschwerpunkten Banken und Versicherungen, Telekommunikation, IT, Medien, Unterhaltung, Handel, E-Commerce, Versorger und Logistik.

[www.cintelllic.com](http://www.cintelllic.com)

## #jointheteam

CINTELLIC befindet sich auf Wachstumskurs. Vielleicht mit Ihnen? Jetzt Stellenanzeigen entdecken und bewerben!

<https://www.cintelllic.com/stellenangebote/>

Cintelllic im Social Web



### Cintelllic GmbH

Remigiusstraße 16  
53111 Bonn  
t +49 228 92 18 20  
info@cintelllic.com  
www.cintelllic.com

