

## Facts

### Hochwertiger Content

Personalisierter, hochwertiger Content und eine Content-Suite, wie etwa eine flexible, selbstlernende Digital Experience-Plattform sind die Grundvoraussetzungen für eine begeistern- de Customer Experience. Weitere Hilfestellungen und Tipps, um den Puls Ihrer Kunden in die Höhe schlagen zu lassen, erhalten Sie im kostenlosen Whitepaper von BloomReach <https://goo.gl/xYLWKA>. BloomReach ist Marktführer im Bereich der personalisierten Digital Experience; das Unternehmen mit Hauptsitz in Mountain View, Kalifornien, hat sich zum Ziel gesetzt, jedem Nutzer eine optimale Customer Experience zu bieten und Anwender bei der Steigerung ihrer Konversionsraten wirkungsvoll zu unterstützen.

kann nicht gelingen, wenn Unternehmen Tools einsetzen, die nicht miteinander verknüpft sind.

Abhilfe schafft ein offenes, selbstlernendes und flexibles System, das für eine durchgängige Customer Journey sorgt. Wichtig ist auch, Content zu *zentralisieren*, um ihn mit weiteren Daten über alle Systeme und Touchpoints hinweg durchgängig teilen zu können.

Stellen Unternehmen das Kundenerlebnis in den Mittelpunkt der digitalen Transformation, ist die Wahl der dafür geeigneten Plattform die wichtigste Entscheidung, die ein Unternehmen im Zuge dessen treffen muss. Die perfekte Plattform stellt den Content nicht nur zentral bereit, sondern *misst* die Qualität des digitalen Erlebnisses – und ermöglicht damit seine zielführende Optimierung.

### Kanalübergreifend

Wenn Content spannend gestaltet ist, eignet er sich perfekt, um über unterschiedliche Kanäle ausgespielt zu werden – entsprechende Anpassungen z.B. für die Social Media soll-



© BloomReach

Tjeerd Brenninkmeijer Executive Vice President EMEA bei BloomReach.

”

*Stellen Unternehmen das Kundenerlebnis in den Mittelpunkt der digitalen Transformation, ist die Wahl der dafür geeigneten Plattform die wichtigste Entscheidung.*

“

ten selbstverständlich sein. Das bietet u.a. den Vorteil, dass man Kunden kanalübergreifend mit relevanten, personalisierten und konsistenten Inhalten zielgerichtet versorgen kann.

Dabei spielen nicht nur Corporate Websites oder Online-shops eine wichtige Rolle, sondern auch Apps oder Social-Media-Plattformen sind wichtig. Schließlich gilt es, den Kunden an allen Touchpoints konsistent anzusprechen. Dann gelingt

es, die Customer Experience in Echtzeit zu optimieren.

Unternehmen können sich an das Verhalten der Kunden anpassen und entsprechend schnell auf sich verändernde Kundenbedürfnisse und -interessen reagieren. Kunden erwarten heute bedeutungsvolle und relevante Experiences in Echtzeit. Dabei möchten sie entscheiden, über welchen Kanal sie mit ihren Marken kommunizieren. Gelingt es Unternehmen nicht, eine entsprechende CX zu liefern, ist es ihnen kaum möglich, Kunden langfristig zu binden und die Kosten zu senken.

### Verbindend

Apropos Kundenbindung: Wenn ein Kunde auf einer Webseite genau das findet, was er sucht, dann wird er mit einer hohen Wahrscheinlichkeit auch dorthin zurückkehren, um sich bei Bedarf erneut zu informieren. Durch die wachsenden Anforderungen an die Customer Experience hat Content einen völlig neuen Stellenwert erreicht: Er ist inzwischen für viele Unternehmen nicht mehr nur ein reines Vermarktungsprodukt, das man über digitale Kanäle streut, sondern oftmals das Alleinstellungsmerkmal schlechthin.

Aus diesem Grund setzen viele Unternehmen leistungsstarke Web-Content-Management-Systeme ein. Das erlaubt ihnen, sich einen Vorteil gegenüber der Konkurrenz zu verschaffen. Aus diesem Grund ist es mindestens genau so wichtig, Web-Content-Management – beziehungsweise auf einer höheren Ebene das gesamte Digital-Experience-Management – in den Mittelpunkt der digitalen Transformation zu stellen.

”

*Kunden erwarten heute bedeutungsvolle und relevante Experiences in Echtzeit.*

“

### Erfüllt Ansprüche

Moderne Kunden sind permanent vernetzt – flexible und agile Methoden sind daher notwendig, um die Interaktion mit ihnen zu verbessern und sie gleichzeitig an jeder einzelnen Kontaktstelle konsistent anzusprechen. Daher müssen Unternehmen für ihre Kunden eine *einzigartige* Customer Experience schaffen – auch durch die Veröffentlichung ansprechenden, personalisierten und markengerechten Contents.

Daneben erwarten Konsumenten eine intuitive Suche und dass die Marke permanent dazulernt, je mehr man mit ihr kommuniziert. Zudem muss Content *verschiedene* Kanäle, Plattformen und Formate beherrschen – bestmögliche Ergebnisse erzielen Unternehmen hier mit intelligenten Technologien.