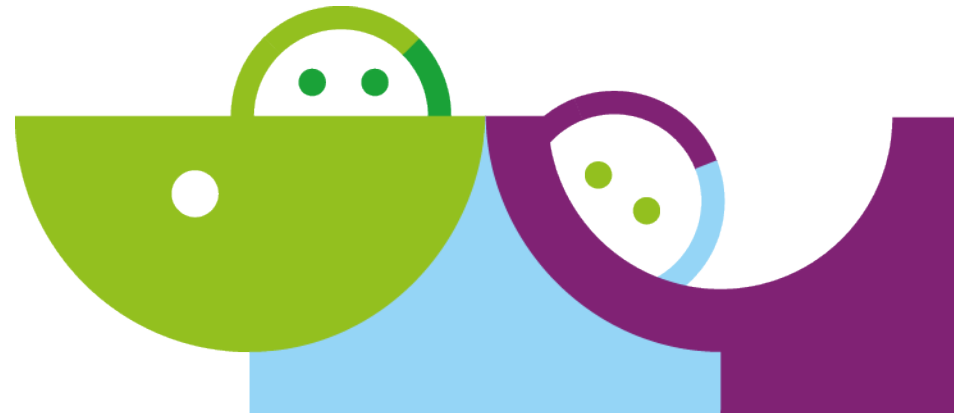


Digital Experience im Marketing – was unsere Kunden schon tun.

Barbara Koch, Solution Sales Manager, Leader Social Business & Commerce, IBM Deutschland



„Ich habe gelernt, dass
Menschen vergessen
werden was du gesagt
hast, Menschen werden
vergessen was du getan
hast, aber Menschen
werden nie vergessen
wie du sie hast fühlen
lassen.“

Maya Angelou, 1928 - 2014



7 Merkmale eines begeisternden Erlebnis

1. Es ist einfach.
2. Es spart mir Zeit.
3. Es macht mein Leben einfacher.
4. Es lässt mich währenddessen nicht im Stich.
5. Es sieht meine Bedürfnisse voraus (manchmal bevor ich sie kenne).
6. Es geht einher mit oder unterstützt meine persönlichen Werte.
7. Es macht Spaß!





Push Marketing

Interaktion im Marketing

**Kontrolliert und geplant
(kampagnenorientiert)**

Standard Angebote

Personalisierung großer Teilbereiche

Strukturierte Daten



Pull Marketing

Interaktion aller Kunden

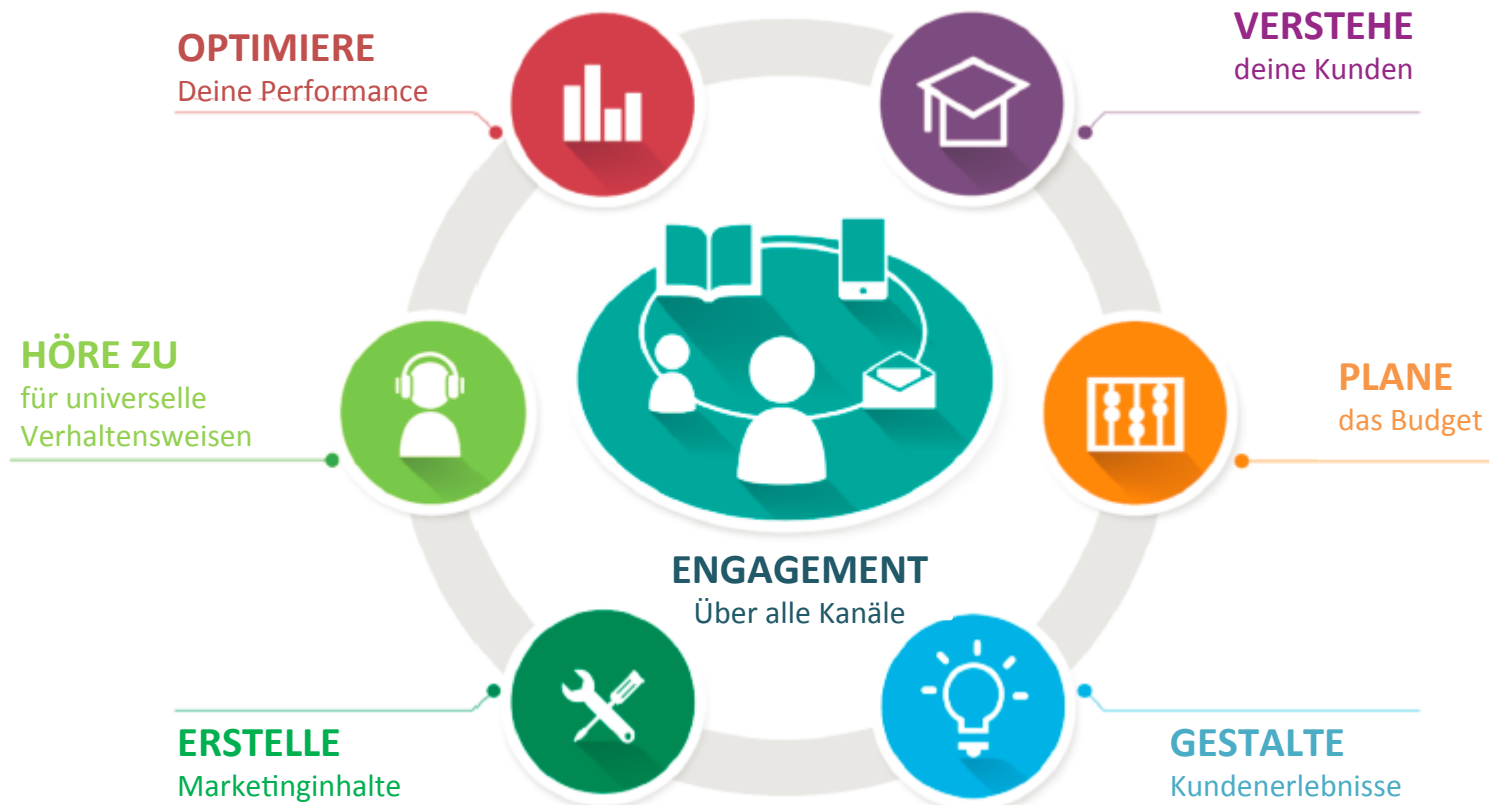
Agil (kundenorientiert)

**Real-time standortbestimmte
Angebote**

Kontextuelle Hyper-Personalisierung

Strukturierte u. unstrukturierte Daten

Etablieren Sie ein herausragendes Kundenerlebnis





Official Coffee Partner

COFFEE

ART

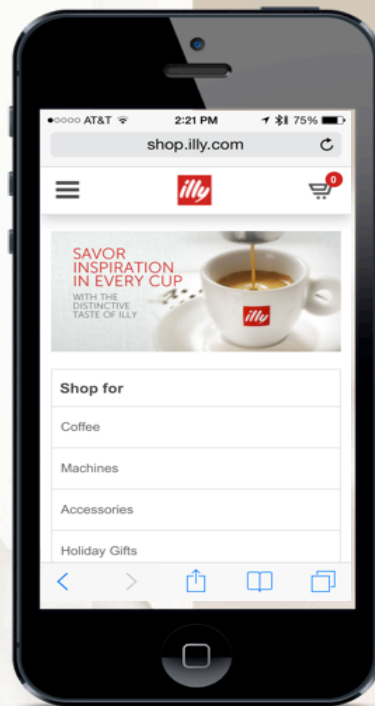
AT HOME

AWAY FROM HOME

COMPANY

MAKE YOUR COFFEE MOMENT SPECIAL

DISCOVER THE ILLY ESPRESSO MACHINES



40%
Anstieg der Website Nutzung



70%
der online Inhalte sind Stil des
"Story Telling"



Das Kundenerlebnis an
erste Stelle
setzen



SCROLL DOWN

 Herausforderung



Wie fangen wir Reichhaltigkeit,
Schönheit und Authentizität des
Kaffees im online Erlebnis ein?

 Herausforderung



Wie können wir mit den illy Liebhabern zusammenkommen und ein Gemeinschaftsgefühl schaffen?

 Herausforderung




Wie können wir illy in der Welt
eines sich italienisch-anhörenden
Wettbewerbs differenzieren?

 Herausforderung



Wie können wir ein harmonisches und nahtloses Erlebnis über alle Kanäle und Bildschirme hinweg schaffen?

A photograph of two women sitting at a table in a cafe, smiling and drinking coffee. The woman on the left has blonde hair and is wearing a red shirt. The woman on the right has dark hair and is wearing a dark top. They are both holding white coffee cups with the 'illy' logo. On the table in front of them are a glass of water, a glass of milk, and a small container with the 'illy' logo. The background is blurred, suggesting an outdoor cafe setting.

Schaffe ein Erlebnis
Engagiere an jedem Kontaktpunkt
Kultiviere eine Beziehung
Sei nahtlos
Manage glocal

illy Wege zur Veränderung

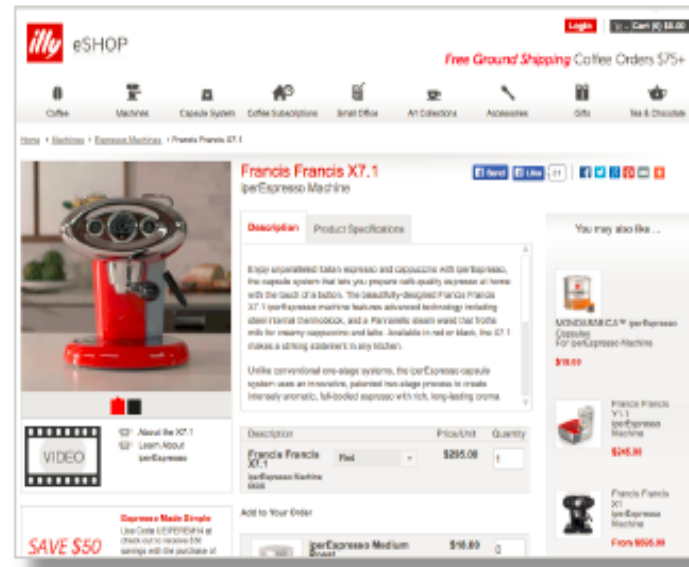
Besucher verlieben sich

Emotionaler Weg



Reibungsloses Einkaufen

Produktseite



Ein konsistentes Erlebnis

Konsistenz über alle Kanäle hinweg
in Angeboten, Preis und Werbung

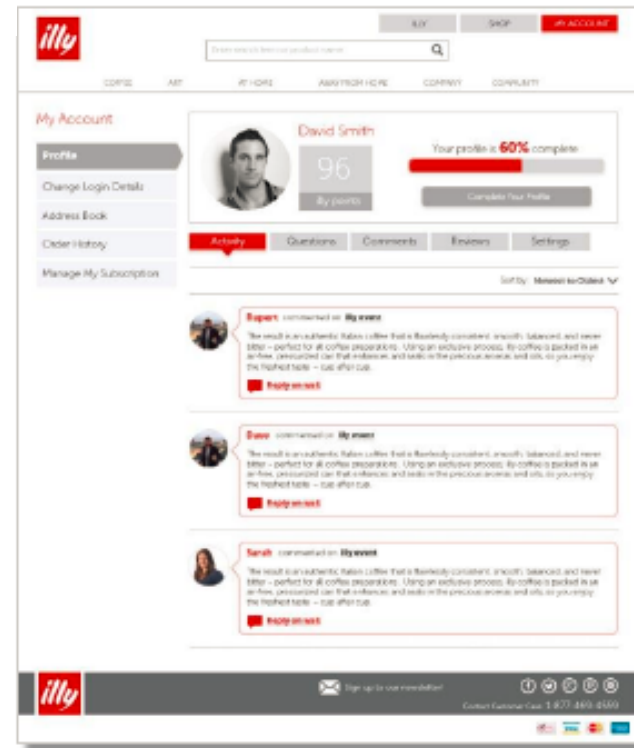
Omni-Kanal Markenerlebnis



 Ein nahtloses Erlebnis

Universelles Nutzer-Konto mit einer Sicht auf Verhaltens- und Transaktions-Historie

Zugang von jedem Gerät, zu jeder Zeit, von jedem Ort



Emotionales Engagement

Ein „Storytelling“ Ansatz, um
sich in illy zu verlieben

- mit allen Sinnen
- emotional
- visuell





PERFORMANCE[®]
BICYCLE

Gegründet in 1982

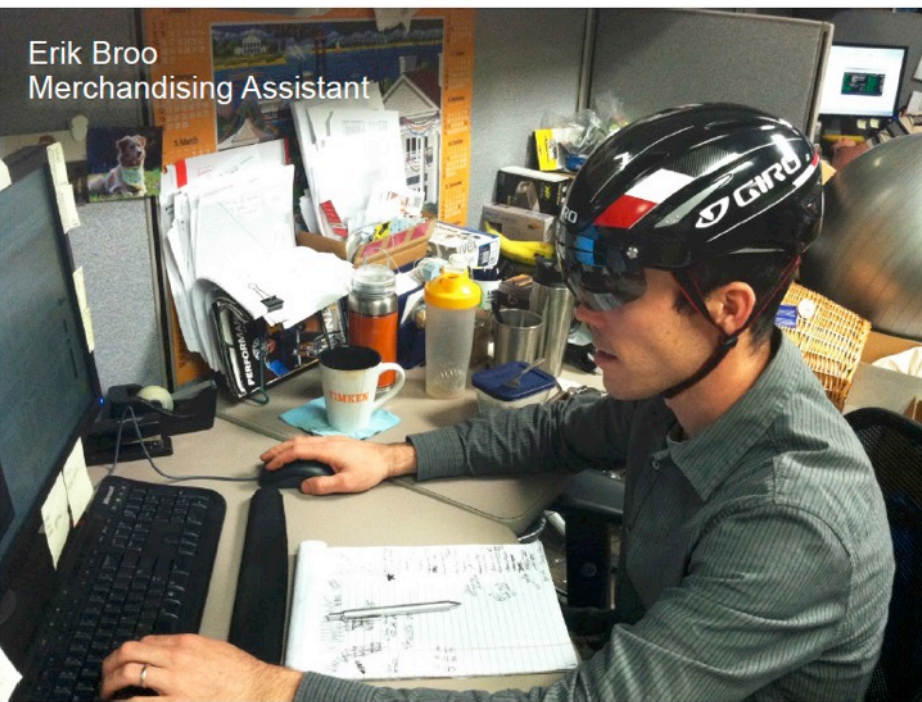
Führender Multi-Kanal
Fahrradhändler
in den USA

Über 100 Bike-Läden

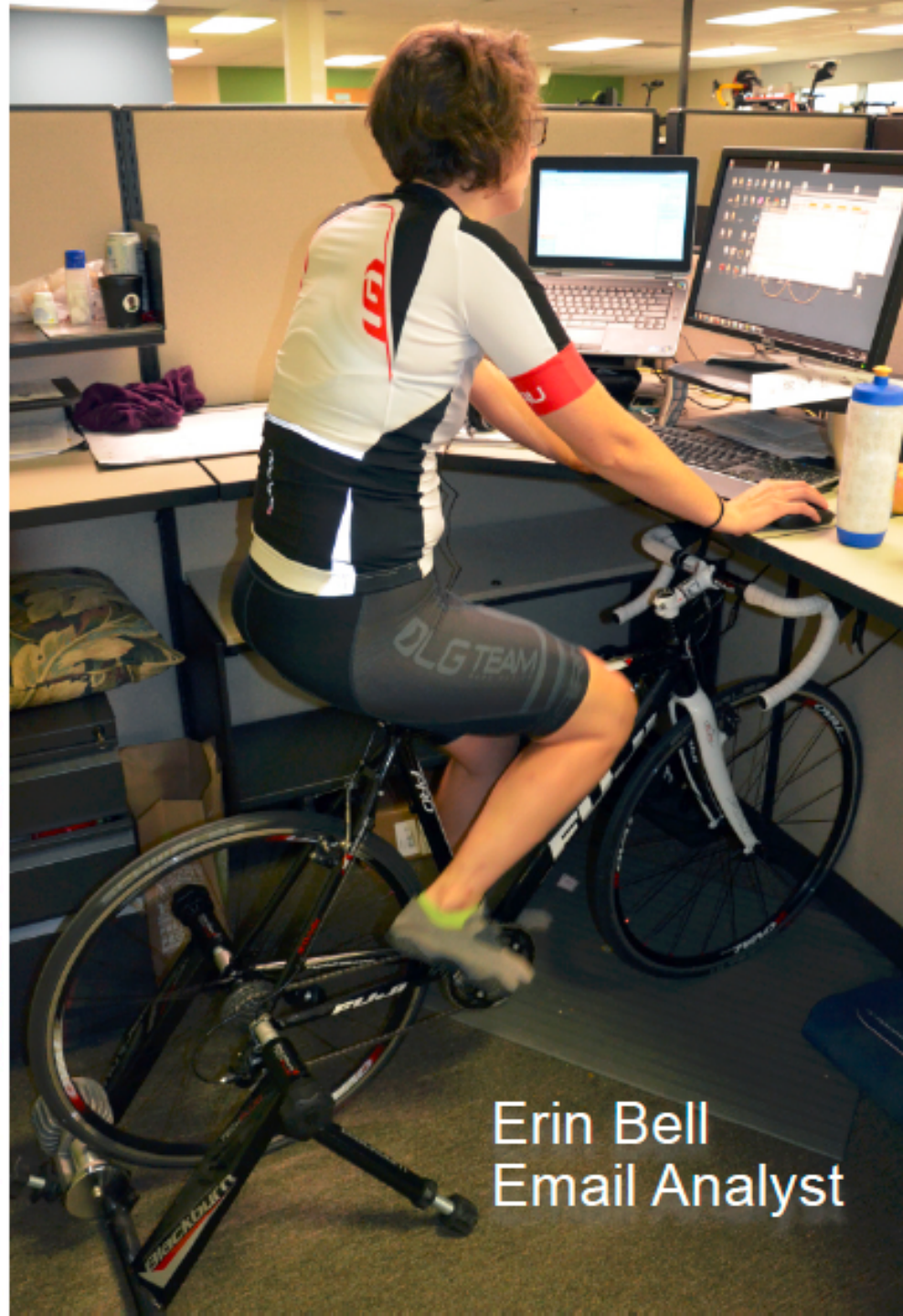
Über 10.000 Waren im Inventar
(Online & Offline Vertrieb)



Mark Overby
Product Developer &
Endurance Cyclist



Erik Broo
Merchandising Assistant



Erin Bell
Email Analyst

800-727-2453

Live Chat



My Store:
Find a store near you

My Account

CART (0)

PERFORMANCE BICYCLE

**LIFETIME
GUARANTEE**

FREE SHIP-TO-STORE
On Standard Weight & Size

Due to inclement weather, expedited orders may be delayed.

Shop by Category

Shop by Brand

New Products

Deals

Learn

Search by keyword or item #

SEARCH

GO-TO

Treffpunkt für Bike-Enthusiasten

[PerformanceBike.com](#) / [Learning Center](#)

Learning Center Search

Enter Search

Search

Learning Center

LEARNING CENTER

Welcome to the Performance Bicycle® Learning Center. We are here to serve you by presenting a thorough collection of cycling information. Browse our Buyer's Guides, Product Reviews, How-To Guides, or insightful Riding Tips categories for the latest in cycling expertise. Our doors are always open.

Welcome and explore.

Expertise
Wettbewerbsvorteil

Systems of
Engagement

Browse by Category

Buyers Guides

How-To Guides

Product Reviews

Riding Tips

Performance Bicycle Learning Center als Verkaufsplattform und Community

800-727-2453 Live Chat My Store: Find a store near you My Account CART (0)

[PerformanceBike.com](#) / [Learning Center](#) / [Product Reviews](#) / [Bike Parts and Components](#)

Learning Center Search

Enter Search

Browse by Category

Buyers

How-To

Product Reviews

[Bicycle Trainers](#)

[Bikes and Frames](#)

[Bike Parts and Components](#)

[Tires, Tubes](#)

[Shoes and](#)

[Accessories](#)

[Cycling Clothing](#)

[Helmets and Sunglasses](#)

[Nutrition and Hydration](#)

[Bike Tools and Transport](#)

[Riding Tips](#)

Introducing Shimano Dura-Ace 9000 Series

By: Shimano
Date: 3/15/13

Recommend 1.8k Tweet

Dura-Ace has represented the state of the art in bicycle components since 1973. The all-new 2013 Dura-Ace group is the result of 40 years of development and innovation, tested to the limit at the highest level of competition in road racing, time trials and cyclo-cross. Reduced shifting effort lets you concentrate on riding. More control thanks to improved ergonomics. Unbeatable reliability gives you absolute confidence.



Commerce Site

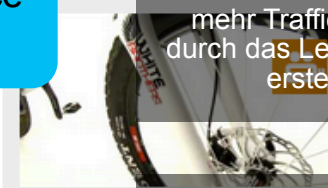
Web Content Mgmt

Video

Recently Added

300%

mehr Traffic auf der Webseite durch das Learning Center in den ersten 4 Monaten



White Brothers Loop Suspension Fork Review

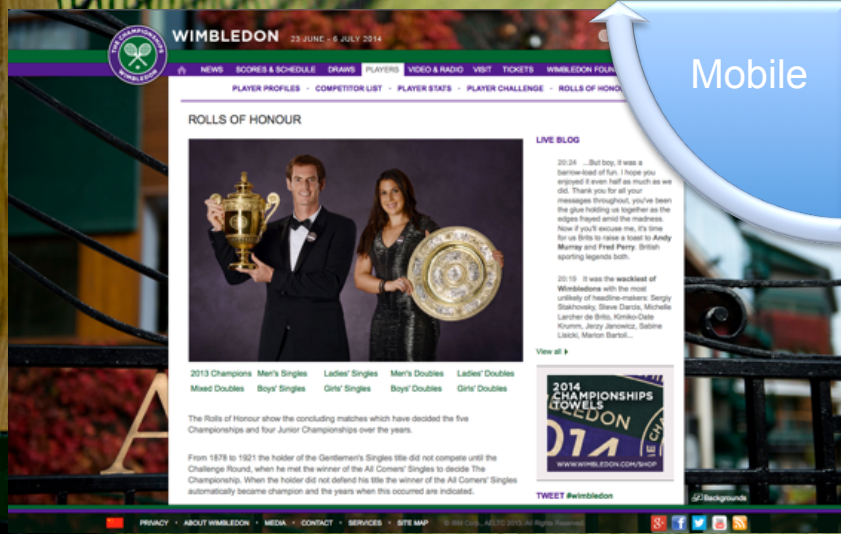
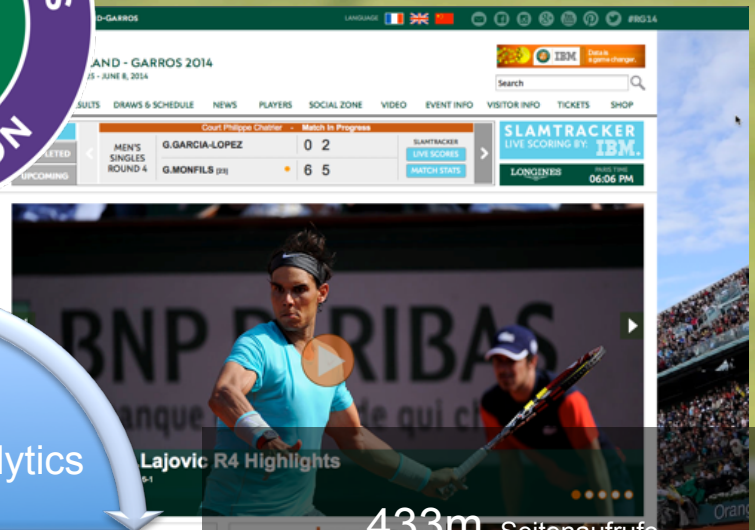
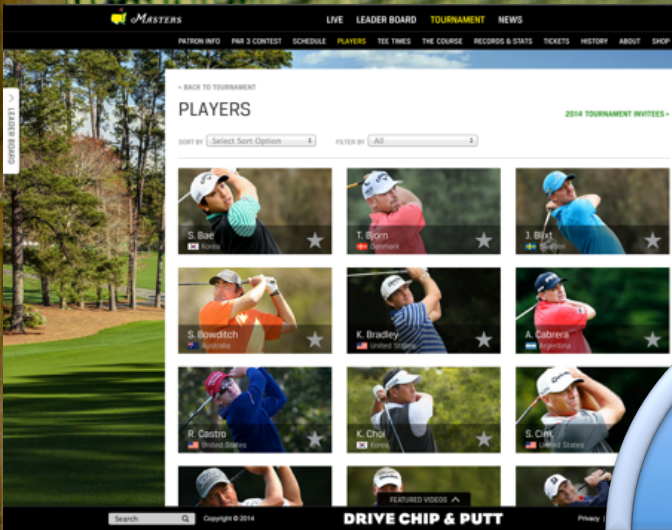
Bis zu 20%

Höhere Conversion im Learning Center im Vergleich zu anderen Plattformen



SRAM S975 Quarq CinQo Power Meter Crankset Review





433m Seitenaufrufe

19.7m individuelle Besucher

1.5m iPad Downloads

50m Mobile Interaktionen

100 Tweets pro Sekunde

140k Content Updates am Tag

Mobile verfügbar

vodafone UK 3G 13:54
 23 JUNE - 6 JULY 2014
 Sunny
 60°F 16°C
 CENTRE COURT Play commences at 1:00 pm
 OTHER COURTS Play commences at 11:00 am
 LONDON THU 1:54 PM
 YOUR TIME THU 1:54 PM
 My Wimbledon

vodafone UK 3G 13:54
 LIVE SCORES
Centre Court IN PROGRESS

1	2	3	4	ROLEX	SETS	GMS	PTS
7				N.Djokovic	1	0	15
6				B.Reynolds	0	1	30

 MATCH DURATION: 1:03
 N.Djokovic Seed: [1]
 B.Reynolds
Court 5 PLAYERS WARMING UP IN PROGRESS

1	2	3	4	ROLEX	SETS	GMS	PTS
				M.Mertinak	0	0	0
				V.Uhlirova	0	0	0
				E.Butorac	0	0	0
				A.Cornet	0	0	0

 MATCH DURATION: 0:00
 M.Mertinak

vodafone UK 3G 13:54
 RESULTS
Day 1 Monday 24 June
 CENTRE COURT - GENTLEMEN'S SINGLES - FIRST ROUND

1	2	3	4	ROLEX	SETS	GMS	PTS
4	3			B.Becker	0	2	
6	6			A.Murray	3	6	

 VIEW MATCH STATS
 CENTRE COURT - GENTLEMEN'S SINGLES - FIRST ROUND

1	2	3	4	ROLEX	SETS	GMS	PTS
3	2			V.Hanescu	0	0	
6	6			R.Federer	3	6	

 VIEW MATCH STATS
 NO.1 COURT - GENTLEMEN'S SINGLES - FIRST ROUND

1	2	3	4	ROLEX	SETS	GMS	PTS
6	7			L.Hewitt			
4	5			S.Wawrinka			

 VIEW MATCH
 NO.1 COURT - GENTLEMEN'S SINGLES - FIRST ROUND

1	2	3	4	ROLEX	SETS	GMS	PTS
6	6			R.Nadal			

 EVENT



Slam Tracker - Big Data & Predictive Analytics

Predictive Analytics

- 8 Jahre "grand slam data"
- 41 Millionen Data Points
- Analysen zeigen "styles & winning styles" sowie Schlüsselsituationen der Spiele

The screenshot displays the Slam Tracker app interface for a Wimbledon match. At the top, it shows the match title: "Centre Court GENTLEMEN'S SINGLES - QUARTER-FINALS". The match is between Andy Murray (Great Britain) and Grigor Dimitrov (Bulgaria). The score is 1-6, 6-7, 2-6, with Murray leading 2-1 in sets. The match is completed, and the elapsed time by set is 25, 61, and 35 minutes.

The "MATCH STATISTICS" section is active, showing "SUMMARY STATS" for "Fastest Serve". It compares the serve speeds of Andy Murray and Grigor Dimitrov:

Player	1st Serve	2nd Serve	Deuce	Advantage
Andy Murray	109 MPH	126 MPH	130 MPH	0 MPH
Grigor Dimitrov	123 MPH	0 MPH	135 MPH	129 MPH

Below the statistics, there is a circular chart showing "POINTS WON - DEUCE COURT" with a 85% value. A larger circular chart in the foreground shows a breakdown of performance metrics: 15/16 (94%) for DEUCE, 5/5 (100%) for ADVANTAGE, 1/2 (50%) for BODY, and 20/27 (74%) for another category. The "BODY" category shows 0/0.



Kommunikation

Mit Kunden über die Plattform

Erweitern des Netzwerks

mithilfe von öffentlichen Communities

Langzeit-Beziehungen

mit potenziellen Investoren durch den Austausch of der social Plattform fördern

Ernsting's family

Dynamische
digitale Kundenangebote
sowie Lagerumverteilung

Begegnung des ROPO-Effekts mit der
Entwicklung eines harmonischen

**Multi-Kanal
Shopping
Erlebnis**

Analyse
der Nutzerdaten für effektive Nutzung
der Absatzkanäle



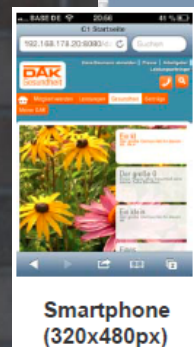
DAK

Exklusiver

Bereich mit individuellen Angeboten und Self Service Möglichkeiten

Regionalbasierte Personalisierung

multidimensionale intelligente Suche





Login

Benutzername/Zugangsnummer

Passwort/PIN

[Zugangsdaten vergessen?](#)
[Mit Personalausweis anmelden](#)

Meine Allianz
Mehr Vorteile - Tag für Tag

[Übersicht](#)

[Online-Versicherungsordner](#)

[Vorteilsprogramm](#)

[Jetzt registrieren](#)

Das Allianz Versprechen



Zufriedene Kunden sind unser Ziel.

Unsere Kunden gaben uns im Jahr 2014 die Note 1,8 – Bestätigung und Ansporn für uns, jeden Tag noch besser zu werden.

[> Zum Hilfe- und Kontaktbereich](#)



1890

125 Jahre Erfahrung und Kompetenz.

Wir setzen unsere Expertise für rund 20 Millionen Kunden ein, um jedem Einzelfall gerecht zu werden.

[> Zum aktuellen Kundenbericht](#)



Meine Allianz. Mehr Vorteile – Tag für Tag.

Ihr persönliches Online-Portal mit Online-Versicherungsordner und dem Allianz Vorteilsprogramm.

[> Zu Meine Allianz](#)

"Allianz hilft" Service-Community



Aktueller Antwortstatus

[Fragen Sie uns!](#)



Aktuelle Reaktionszeit*

* innerhalb der Servicezeiten: Mo-Fr von 8-22 Uhr, Sa von 8-16 Uhr

mehr als **4,3** Mrd.

Auszahlungen an Kunden im Jahr in Deutschland

mehr als **2,4** Mio.

Schäden, die die Allianz in Deutschland jedes Jahr reguliert



Weltweit
 konsistentes Markenerlebnis

Personalisierter
 Internetauftritt für Versicherungskunden



ElitePartner

Akademiker & Singles mit Niveau

Lifecycle
Marketing

für ein personalisiertes Erlebnis

Advanced Data
Segmentation

für eine Automatisierung der Kampagnen (oft
IT Involvement)

Komplexe
E-Mail
Kampagnen



buch.de
→ internetstores AG

bol.de

buch.de
einfach | schnell

Thalia

@alpha
MUSIC

Automatisierung
des Kontakt- und Kundenmanagements

Kundendialoge/ –angebot werden dank Datenerfassung,
Messung und Analyse über den Zeitablauf

immer individueller

Mehrstufige, Cross-Channel

Marketingkampagnen für bestimmte Kundensegmente



**Treten Sie mit Tausend,
Millionen oder einzelnen**
Kunden zum richtigen Zeitpunkt
mit dem richtigen Inhalt über den
richtigen Kanal in Kontakt – mit
Hilfe von IBM



**Durchführung und Messung
der kundengetriebenen
Kommunikation**



über Lösungen, welche über
eine nahtlose Plattform eng
integriert werden können



Barbara B Koch

Solution Sales Manager – Social Business & Commerce
IBM Deutschland GmbH



Babs.Koch@de.ibm.com



https://twitter.com/social_babs



<http://www.linkedin.com/in/babskoch>