



Leitfaden zur Produktauswahl.

Leitfaden für Kundenanalyse-Lösungen.

Acht Must-haves für eure Kundenanalyse-Technologie.

 Verhaltenskenntnisse



Streaming-Medien



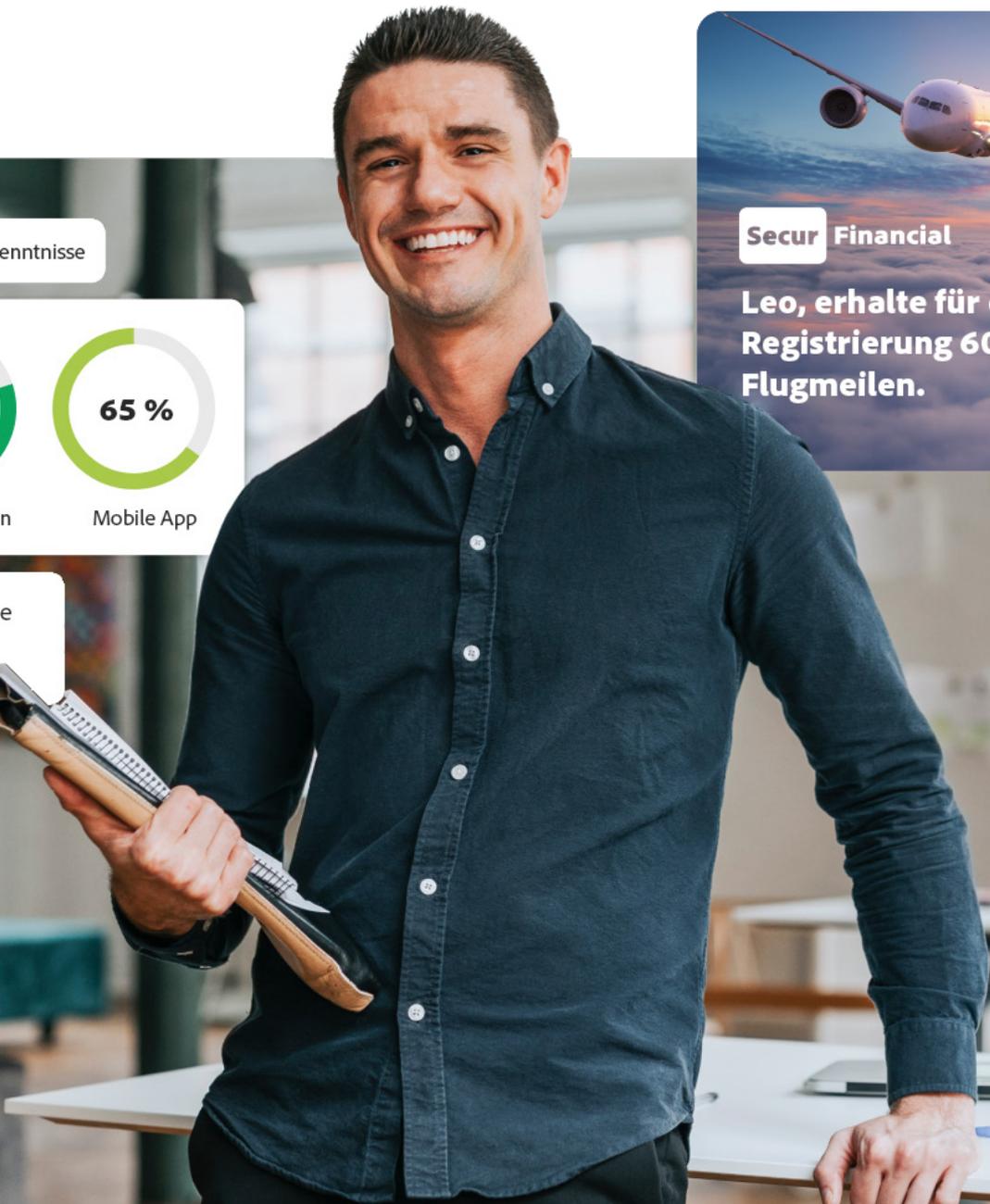
Mobile App

 Site-Besuche

+34 %

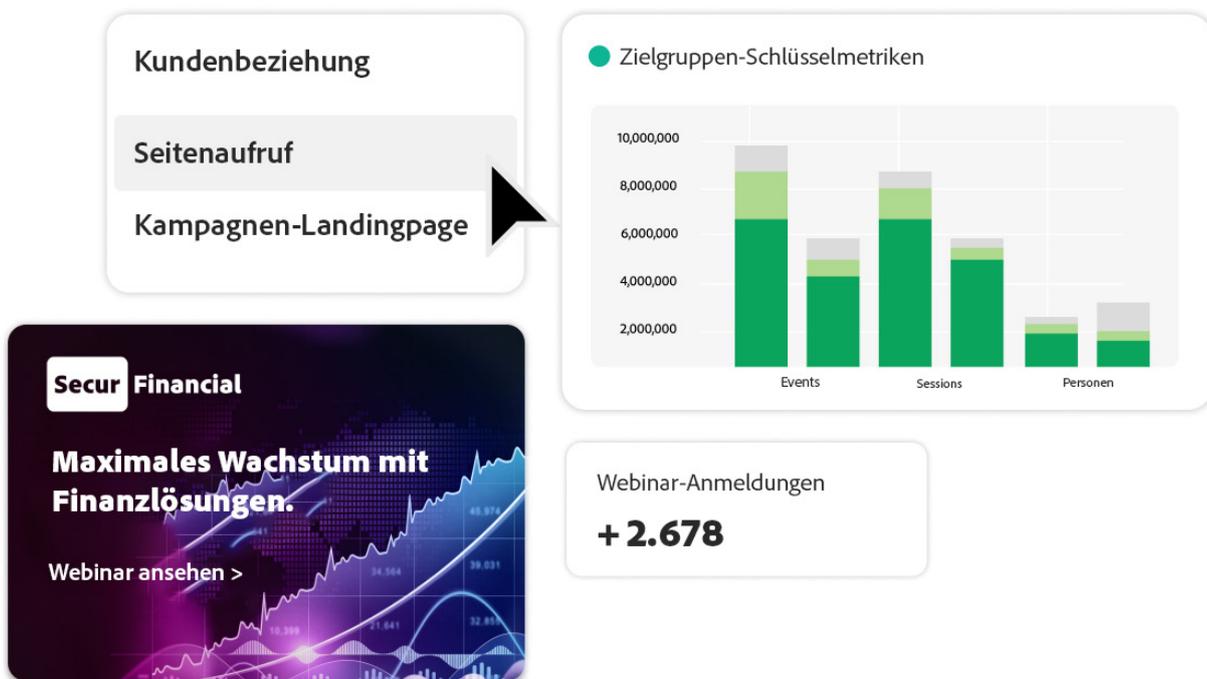
Secur Financial

Leo, erhalte für deine Registrierung 60.000 Flugmeilen.



Angesichts zunehmender Kundenerwartungen an Personalisierung und Datenschutz müssen Marken, die sich einen Wettbewerbsvorteil sichern wollen, ihre Kundenanalyse-Strategie optimieren. Zwei der wichtigsten Komponenten einer modernen Analysestrategie sind die Entwicklung einer einheitlichen Sicht auf die Kundschaft basierend auf First-Party-Daten sowie die Entwicklung einer sequenziellen Sicht auf die Customer Journey.

Die Verschmelzung mehrerer Analysekatgeorien – insbesondere für Marketing und Produkte – unterstreicht, wie wichtig ein umfassendes Verständnis ihrer Kundinnen und Kunden für Marken ist. Auf dem Weg dahin stehen jedoch einige organisatorische und technische Hürden. Adobe Customer Journey Analytics, das auf Adobe Experience Platform aufbaut, eignet sich hervorragend für die Bewältigung dieser Herausforderungen. Die Lösung bietet einzigartige Cross-Channel-Kundenerkenntnisse, effizientes Daten-Management, erweitertes Reporting auf Benutzerebene, assistierte Analyse-Workflows sowie sichere Verarbeitung sensibler Daten. Gleichzeitig minimiert sie den Aufwand für die IT und demokratisiert den Datenzugriff.



Modernisierung als Notwendigkeit.

Damit Marken die Erwartungen von Kundinnen und Kunden erfüllen können, müssen sie deren Absichten, Präferenzen und Verhalten auf allen Kanälen verstehen. Marken müssen auch über Möglichkeiten verfügen, Cross-Channel-Kundendaten schnell in geschäftliche Aktionen zu transformieren, mit denen sich das Kundenerlebnis verbessern lässt – keine einfache Aufgabe.

Marketing-Fachleute, Führungskräfte im Digital Marketing sowie Produkt-Teams benötigen eine einheitliche Sicht auf alle Kundinnen und Kunden sowie ihre Customer Journey. Allerdings agieren diese Teams viel zu oft siloartig. Einer der ersten Schritte auf dem Weg zur Realisierung von Wettbewerbsvorteilen ist das Beseitigen von Silos, damit die Teams Omni-Channel-Daten aus allen Analysequellen abrufen, weitergeben und nutzen können. Das größte Hindernis für diese ganzheitliche Sicht auf die Kundschaft ist die Technologie.

Aktuell verfügbare Kundenanalyse-Lösungen sind nicht für die wichtigen Initiativen kundenzentrierter Unternehmen ausgelegt, beispielsweise:

- Erstellung einer einheitlichen Sicht auf Kundinnen und Kunden basierend auf sequenziellen, personenbasierten Daten
- Identifizierung von Erkenntnissen zu Kundschaft im Laufe der Customer Journey, um Reibungspunkte zu reduzieren und die Kundenzufriedenheit zu erhöhen
- Entwicklung einer datenschutzgerechten Daten-Management-Strategie, die alle gesetzlichen Bestimmungen einhält
- Implementierung von KI zur schnellen Datenanalyse, Verwaltung, Content-Personalisierung und Journey-Orchestrierung

In vielen Fällen nutzen Marken für diese Initiativen universelle Business-Intelligence-Tools, die jedoch kein Gesamtbild der Customer Journey liefern. Damit klassische BI-Tools die Analysen erstellen können, die moderne Unternehmen benötigen, sind zudem erhebliche Fachkompetenzen in Daten-Engineering und Code-Entwicklung erforderlich. Das Ergebnis ist eine Lücke auf dem Markt für Analyseprodukte, die Unternehmen dazu bringt, nach einer Lösung zur Optimierung ihrer Workflows für die Customer-Journey-Analyse und zur Beschleunigung der Erkenntnisgewinnung zu suchen – beides Faktoren, die bessere Geschäftsergebnisse ermöglichen.

Die Roadmap zur Modernisierung von Kundenanalysen.

Die meisten Unternehmen nutzen Analyse-Services in der einen oder anderen Form. Diese bieten jedoch nicht genug Mehrwert für die Kundschaft und das eigene Geschäft. Ein Blick auf die Roadmap zur Modernisierung zeigt, dass die Verbesserung von Funktionen zur Kundenanalyse und ein besseres Verständnis von Zielgruppen und ihren Cross-Channel-Journeys Unternehmens-Teams die Arbeit erleichtert und positive Geschäftsergebnisse ermöglicht.

Anfänglich nutzen die meisten Unternehmen isolierte digitale Analysen, sodass die Sicht auf die Kundschaft und ihre Customer Journey fragmentiert ist. Damit Unternehmen verwertbare Erkenntnisse aus ihren Kundendaten ableiten können, müssen sie zuerst eine personenbasierte und Journey-orientierte Perspektive einnehmen.

Im nächsten Schritt wird eine zuverlässige Kundenanalyse-Lösung wie Adobe Customer Journey Analytics ausgewählt, die Cross-Channel-Kundenanalysen durchführen kann. Diese Lösung umgeht die Einschränkungen von Adobe Analytics und anderen Kundenanalyse-Lösungen mithilfe umfassender KI-gestützter Tools, mit denen sich die Customer Journey nachvollziehen lässt.



Zusätzliche Anforderungen

- Anforderungen an Erfassung und Datenkapazität
- Verbesserte Privatsphäre, Sicherheit und Governance für das Vertrauen der Verbraucherinnen und Verbraucher
- Streaming-Medien-Messung
- Einfachere Analyse, damit auch Personen ohne Datenanalyse-Expertise eigenständig verwerten können

Acht wesentliche Anforderungen an Kundenanalysen.

- 1. Umfassende Kundenerkenntnisse:** Marken haben oft keinen Einblick in kanal- und geräteübergreifende Customer Journeys, was zu unentdeckten Reibungspunkten führt. Adobe Customer Journey Analytics ermöglicht die sequenzielle Erfassung, Vereinheitlichung und Visualisierung von Kundendaten von allen Touchpoints (digital und offline), ohne dass dazu datenwissenschaftliche Kenntnisse erforderlich sind. Die Lösung liefert schnell Erkenntnisse und ermöglicht nahtlose und personalisierte Kundenerlebnisse.
- 2. Effizientes Daten-Management:** Aktuelle Funktionen zur Datenerfassung und -verarbeitung sind umständlich, fehleranfällig und unflexibel. Adobe Customer Journey Analytics stellt moderne Daten-Management-Funktionen bereit, zum Beispiel dynamische Änderung und Korrektur von Daten nach der Erfassung. Das macht die Datenverarbeitung wesentlich effizienter und minimiert den operativen Aufwand für IT- und Analyse-Teams.
- 3. Flexible Datenanalyse:** Aktuell sind die Möglichkeiten von Unternehmen aufgrund vordefinierter Datenstrukturen eingeschränkt, sodass sich neue geschäftliche Fragen nicht beantworten lassen. Mit Adobe Customer Journey Analytics lassen sich Daten nach der Erfassung verändern, beispielsweise neue Metriken oder Dimensionen hinzufügen und Attributions- oder Session-Fenster ändern.
- 4. Erweitertes Reporting auf Benutzerebene:** Da Kundinnen und Kunden ihre Zeit mit immer mehr Geräten und Kanälen verbringen, tun sich Unternehmen mit präzisiertem Tracking und Reporting schwer. Adobe Customer Journey Analytics vereinheitlicht Daten aus mehreren Datensätzen (die häufig nicht über eine einheitliche ID verfügen) und erstellt mithilfe eines Identitätsdiagramms eine eindeutige ID für alle Kundinnen und Kunden. Dadurch werden umfassende Customer-Journey-Analysen überhaupt erst möglich.
- 5. Schutz von Kundendaten:** Unternehmen müssen sensible Daten wie personenbezogene Informationen und geschützte Gesundheitsdaten auf sichere Weise verwalten und analysieren können. Eine sichere Kundenanalyse-Plattform wie Adobe Customer Journey Analytics hält gesetzliche Vorschriften ein, sodass es kein Problem ist, umfassende Erkenntnisse aus dem Benutzerverhalten so zu ermitteln, dass Datenschutzvorschriften eingehalten werden.
- 6. Geringerer IT- und Analyseaufwand:** Business-Intelligence- und Analyse-Teams investieren häufig viel Zeit und Ressourcen in manuelle Prozesse wie Datenexport und SQL-Abfragen, was mit hohen Kosten verbunden und ineffizient ist. Adobe Customer Journey Analytics kann diesen Prozess automatisieren und dadurch Ressourcen für strategisch wichtigere Aktivitäten freigeben und die Erkenntnisgewinnung beschleunigen.
- 7. Dezentralisierter Datenzugriff:** Bei Unternehmen, die spezialisierte Analyse-Teams einsetzen, kann die Entscheidungsfindung zum Flaschenhals werden. Adobe Customer Journey Analytics ermöglicht die Demokratisierung des Datenzugriffs mithilfe assistierter Analyseansichten, sodass Produkt- und Marketing-Teams schnell und unabhängig fundierte Entscheidungen treffen können.
- 8. Integrierte generative KI:** Mithilfe generativer KI, die riesige Mengen an Kundendaten interpretieren kann, können Entscheidungsfindungsprozesse erheblich beschleunigt und wertvolle Erkenntnisse gewonnen werden. Die eingebetteten Funktionen für generative KI ermöglichen Adobe Customer Journey Analytics das Transformieren von Datenanalysen – von einer rein beschreibenden Funktion zu einer leistungsstarken, prädiktiven und präskriptiven Lösung, die Innovationen, ROI und weitere Vorteile bietet.

Wichtige Unterscheidungsmerkmale zwischen Adobe Customer Journey Analytics und gängigen Kundenanalyse-Lösungen.

Bei der Auswahl von Anbietern für Kundenanalyse-Lösungen empfehlen wir, auf die folgenden Funktionen zu achten und sie mit euren geschäftlichen Anforderungen abzugleichen.

Funktion	Geschäftlicher Nutzen	Andere Analyselösung	Customer Journey Analytics
Kundendimensionen	Bietet unbegrenzte Dimensionen und ermöglicht umfassendere und flexible Datenanalysen mit numerischen oder Textwerten, Objekten, Listen oder gemischten Werten.	<input type="checkbox"/>	Unbegrenzt
Eindeutige Werte oder Datenelemente	Gewährleistet, dass es keine Einschränkungen bei Reporting und Analysen gibt, da Dimensionen eine unbegrenzte Anzahl eindeutiger Werte oder Dimensionselemente enthalten können, was detailliertere und differenziertere Erkenntnisse ermöglicht.	<input type="checkbox"/>	Unbegrenzt
Kundenattribute	Ermöglicht die Integration von Offline-Unternehmensdaten, um die Auswirkungen digitaler Aktivitäten auf Umsätze zu analysieren, z. B. Vertriebstrichter-Analyse, Offline-Ereignisse oder Transaktionen sowie Bewertungen von Kundentreueprogrammen.	<input type="checkbox"/>	Unbegrenzt
Datenansichten	Ermöglicht das Ändern oder Entfernen von Daten ohne erneute Implementierung. Dadurch können Dimensionen mit Teilzeichenfolgen verändert, Metriken aus beliebigen Werten erstellt und Teilereignisse gefiltert werden – komplett nicht-destruktiv.	<input type="checkbox"/>	✓
Abgeleitete Felder	Ermöglicht die sofortige und rückwirkende Anwendung komplexer Datenänderungen und unterstützt dadurch die regelbasierte Datenbearbeitung und Verarbeitung während des Reportings, ohne dass Daten erneut erfasst oder umgeschrieben werden müssen.	<input type="checkbox"/>	✓
Intelligente Beschriftungen	Mithilfe der Analyse wichtiger Trends und Ereignisse in den Daten werden Erkenntnisse automatisch in natürlicher Sprache generiert, sodass die Interpretation von Daten verbessert wird.	<input type="checkbox"/>	✓
Feldbasierte Verknüpfung	Gerätespezifische Datensätze von authentifizierten und nicht authentifizierten Sessions werden nahtlos kombiniert, wobei historische Daten rückwirkend bekannten Geräten zugeordnet werden können.	<input type="checkbox"/>	✓
Diagrammbasierte Verknüpfung	Geht über identitätsbasierte Verknüpfung hinaus, die auf einer einzigen Datenquelle basiert, und verbindet alle Kundendatensätze anhand beliebiger Identitäten im Identitätsdiagramm von Adobe Experience Platform. Kann Zielgruppen messen und analysieren, die in Adobe Real-Time Customer Data Platform oder Adobe Journey Optimizer erstellt wurden, und ermöglicht ein umfassenderes Verständnis des Verhaltens sowie der Präferenzen eurer Kundschaft, um die Personalisierung zu verbessern.	<input type="checkbox"/>	✓
Zeitreihenprognose	Erstellt statistische Prognosen basierend auf historischen Daten und unterstützt dadurch Planung, Budgetierung, Risiko-Management, Ressourcenzuweisung sowie Performance-Bewertung. Verfügbar als Freiformtabellen und Liniendiagramme, wobei sich die Einstellungen anpassen lassen.	<input type="checkbox"/>	✓
Experimentanalyse	Wertet Experimente mit Daten aus beliebigen Quellen schnell und verlässlich aus.	<input type="checkbox"/>	✓
Attributionsmodelle	Nutzt Cross-Channel-Daten und bietet flexible Attributionsfenster, um aussagekräftige Erkenntnisse zu komplexen Customer Journeys bereitzustellen.	<input type="checkbox"/>	✓
Assistierte Analyse-Workflows	Unterstützt Marketing, Produkt-Management und Analyse beim schnellen Verstehen von Produkterlebnis- und Kundendaten.	<input type="checkbox"/>	✓
Datenexport-funktionen	Unterstützt Millionen von Zeilen, mehrere Aufschlüsselungen, Segmentierung, berechnete Metriken und bietet leistungsstarkes Ad-hoc- und terminiertes Reporting.	<input type="checkbox"/>	✓
Ad-hoc-SQL-Abfragen	Ermöglicht Ad-hoc-SQL-Abfragen zu Daten, die im Data Lake von Adobe Experience Platform erfasst wurden, und unterstützt so die Untersuchung und Validierung.	<input type="checkbox"/>	✓
BI-Erweiterung (über SQL)	Erlaubt Benutzerinnen und Benutzern das Abfragen der gleichen Metriken und Dimensionen in Adobe Customer Journey Analytics innerhalb ihres bevorzugten Business-Intelligence-Tools.	<input type="checkbox"/>	✓

Eine Kundenanalyse-Technologie, die alle eure Anforderungen erfüllt: Adobe Customer Journey Analytics.

[Adobe Customer Journey Analytics](#) erfüllt alle Anforderungen an eine moderne Kundenanalyse-Lösung. Damit können Unternehmen eine First-Party-Daten-Strategie implementieren, die Kundenidentitäten und Interaktionen für alle Kanäle, Geräte und Zeiträume verknüpft. Die Lösung kombiniert Datenflexibilität und Governance mit KI-gestützten Erkenntnissen und umfassenden Analysen. Zudem stellt sie zugängliche und zuverlässige Kundenerkenntnisse schnell, effizient und im benötigten Umfang bereit, damit Unternehmen die wachsenden Anforderungen an Kundenerlebnisse erfüllen, neue Datenschutzbestimmungen einhalten und in einem zunehmend wettbewerbsorientierten Markt erfolgreich sein können.

Erfahrt mehr darüber, wie Adobe Customer Journey Analytics euch unterstützen kann, eure Customer Journeys zu verstehen und eure Kundinnen und Kunden mit unglaublichen Echtzeiterlebnissen abzuholen.

Weitere
Informationen

Adobe

Adobe, the Adobe logo, Adobe Experience Platform, and Adobe Customer Journey Analytics are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries. © 2025 Adobe. All rights reserved.