



Inköpsguide

Inköpsguide till kundanalyslösningar

Åtta absoluta måsten för företagets kundanalyslösning.

 Beteendeinsikter



Strömmande media



Mobilapp

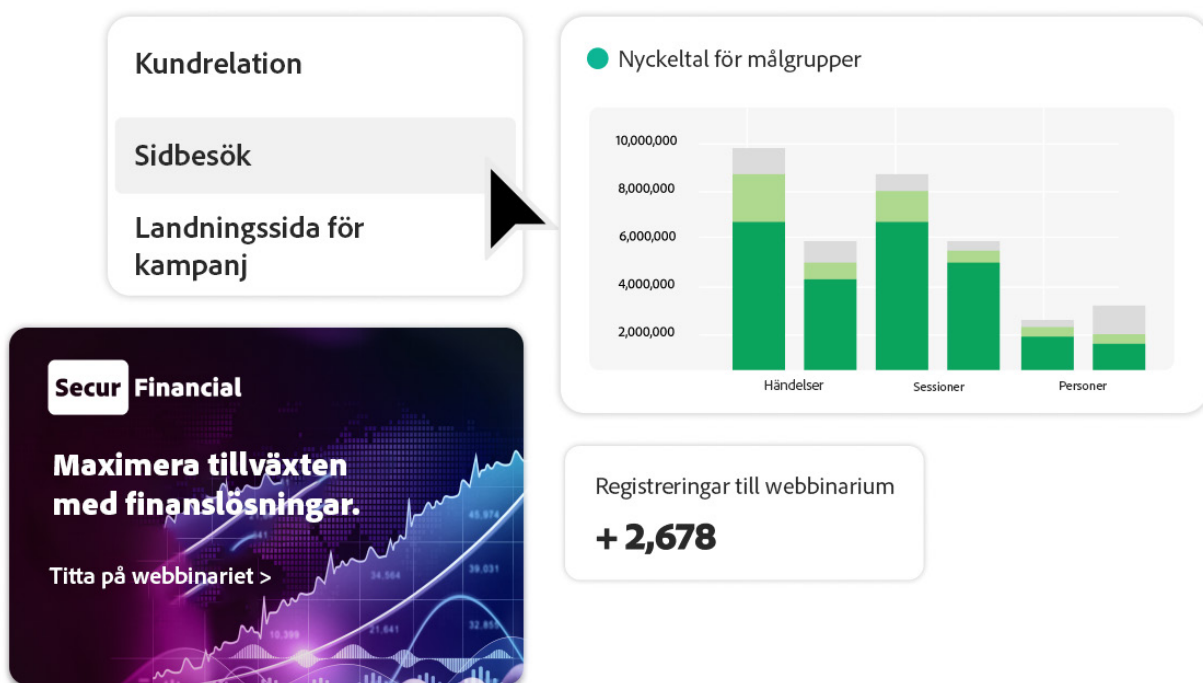
 Webbplatsbesök
+34%

Secur Financial

Leo, tjäna 60 000 flygmil
när du registrerar dig.

I takt med att kundernas förväntningar på personalisering och integritet fortsätter att öka måste varumärken som vill skaffa sig konkurrensfördelar utveckla sin strategi för kundanalys. Två av de viktigaste beståndsdelarna i en modern analysstrategi är att bygga upp en samlad bild av kunden baserat på egna data samt att utveckla en sekventiell vy över hela kundresan.

När olika analyskategorier närmar sig varandra allt mer – i synnerhet inom marknadsföring och produkter – blir behovet av en fullständig bild av kunderna ännu tydligare. Det finns förstås både organisatoriska och tekniska utmaningar att lösa längs vägen. Adobe Customer Journey Analytics, som bygger på Adobe Experience Platform, är den idealiska lösningen för att ta itu med dessa. Lösningen erbjuder oöverträffade kanalövergripande kundinsikter, effektiv datahantering, avancerad rapportering på användarnivå, guidade analysarbetsflöden och säker hantering av känsliga data – allt samtidigt som IT-kostnaderna hålls nere och datatillgången demokratiseras.



Behovet av modernisering

För att motsvara kundernas förväntningar måste varumärken förstå deras avsikter, önskemål och beteenden över alla kanaler. Varumärkena behöver också snabbt kunna omvandla kunddata från flera kanaler till affärsåtgärder som förbättrar kundupplevelsen, och det är ingen liten uppgift.

Marknadsförare, digitala ledare såväl som produktteam vill alla ha en samlad bild av varje enskild kund och dennes resa, men alltför ofta arbetar de här teamen isolerade från varandra. Att bygga bort dessa vattentäta skott mellan teamen, så att de kan komma åt, dela och agera utifrån flerkanaliga data från alla analyskällor, är det första steget mot att nå konkurrensfördelar. Det största hindret för att skaffa den här heltäckande kundbilden är tekniken.

Dagens kundanalyslösningar är inte konstruerade för att klara de satsningar som är avgörande för kundfokuserade organisationer, bland annat följande:

- Upprätta en samlad bild av kunden som bygger på sekventiella, personbaserade data.
- Identifiera kundinsikter längs hela resan för att minska störningarna och förbättra kundnöjdheten.
- Utveckla en datahanteringsstrategi som uppfyller kraven på regelefterlevnad och integritetsskydd.
- Utnyttja AI för snabb dataanalys, hantering, innehållspersonalisering och resesamordning.

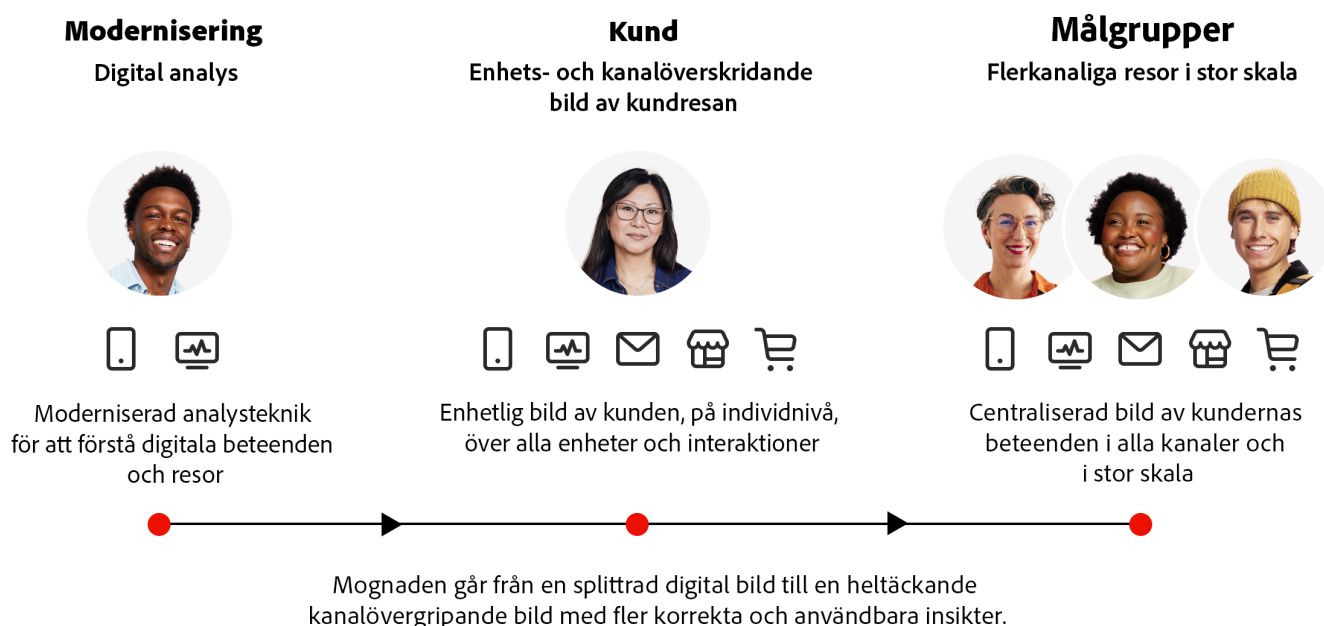
I många fall förlitar varumärkena sig på allmänna BI-verktyg för att sköta de här uppgifterna, men de verktygen är inte konstruerade för att ge någon särskilt omfattande bild av kundresan. Traditionella BI-verktyg ställer också höga krav på kompetens inom datateknik och kodning för att motsvara många organisationers krav på modern analys. Resultatet är en lucka på analysmarknaden, där varumärkena letar efter en lösning som kan effektivisera arbetsflöden för kundreseanalys och identifiera insikter snabbare så att de i slutänden kan öka vinsten.

Moderniseringsplan för kundanalys

De flesta organisationer har någon typ av analystjänst, men de får inte ut tillräckligt mycket av den varken för kundernas eller företagets räkning. Här ska vi titta på en moderniseringsplan för att se hur ni kan få större genomslag genom att utöka företagets funktioner för kundanalys och ge era team en bättre bild av målgrupperna och deras kanalövergripande resor.

Inledningsvis förlitar sig de flesta organisationer på isolationistisk digital analys, vilket leder till en splittrad bild av kunden och dennes resa. För att kunna få användbara insikter från kunddata måste organisationerna först skaffa sig ett personbaserat, resefokuserat perspektiv.

Nästa steg är att fundera på en robust kundanalytlösning – som Adobe Customer Journey Analytics – som är konstruerad för flerkanalig kundanalys. Adobe Customer Journey Analytics utgör en mer heltäckande, AI-baserad verktygslåda för att förstå kundresan och har inte de begränsningar som finns i Adobe Analytics och många andra kundanalytlösningar.



Ytterligare skäl

- Behov av inhämtning och datakapacitet
- Förbättrad integritet, säkerhet och styrning för att behålla konsumenternas förtroende
- Mätning av strömmande media
- Förenklad analys med självbetjäning för icke-analytiker

Åtta avgörande faktorer för kundanalys

- 1. Heltäckande kundinsikter:** Många varumärken saknar insyn i kundernas resor över olika kanaler och enheter, vilket leder till oidentifierade friktionspunkter. Med Customer Journey Analytics kan ni hämta, samla och visualisera kunddata sekventiellt från alla kontaktytor – både online och offline – utan att vara experter på datavetenskap. Ni hittar snabbt användbara insikter och kan leverera friktionsfria och personaliserade kundupplevelser.
- 2. Effektiv datahantering:** Den nuvarande datainsamlingen och databearbetningen är ofta tungrodd, felbenägen och oflexibel. Customer Journey Analytics har moderna funktioner för datahantering, och ni kan till exempel dynamiskt ändra och korrigera data efter att de samlats in, vilket innebär att datahanteringen blir effektivare och belastningen på IT- och analysteamerna minskar.
- 3. Flexibel dataanalys:** Många organisationer hämmas idag av begränsningarna med fördefinierade datastrukturer, som står i vägen för deras förmåga att besvara väsentliga affärsfrågor. Med Customer Journey Analytics kan ni ändra data efter att de samlats in, vilket bidrar med nya mätvärden eller dimensioner och modifierar attribuerings- eller sessionsfönster.
- 4. Avancerad rapportering på användarnivå:** När kunderna använder allt fler enheter och kanaler står organisationer inför nya utmaningar med att samla in korrekta spårings- och rapporteringsdata. Customer Journey Analytics samlar data från olika datauppsättningar (som ofta har inkonsekventa ID:n) och använder ett identitetsdiagram för att skapa ett enda ID för varje kund, vilket lägger grunden för heltäckande kundreseanalys.
- 5. Kunddataskydd:** Organisationer idag måste kunna hantera och analysera känsliga data, som skyddad hälsoinformation eller personligt identifierbar information, på ett säkert sätt. En säker plattform för kundanalys, som Customer Journey Analytics, uppfyller kraven i regelverken så att ni kan få djuplodande insikter i kundernas beteenden utan att äventyra deras integritet.
- 6. Minskade kostnader för IT och analys:** BI- och analysteam ägnar ofta mycket tid och resurser åt manuella processer, som dataexport och SQL-frågor, vilket är både dyrt och ineffektivt. Med Customer Journey Analytics kan ni automatisera de här processerna, så att teamen kan ägna sig åt mer strategiska aktiviteter och identifiera insikter snabbare.
- 7. Decentraliserad datatillgång:** Organisationer som förlitar sig på specialiserade analysteam kan drabbas av flaskhalsar i beslutsfattandet. Med Customer Journey Analytics kan ni demokratisera datatillgången med hjälp av guidade analyser, så att produkt- och marknadsföringsteamerna kan fatta välgrundade beslut snabbt och självständigt.
- 8. Integrerad generativ AI:** Användningen av generativ AI för att tolka enorma mängder kunddata kan bidra till att det går snabbare att fatta beslut och hitta värdefulla insikter. Med Customer Journey Analytics, som har inbäddade funktioner för generativ AI, kan ni förvandla dataanalysen från en rent beskrivande till en förutsäggande och normativ funktion som främjar innovation, ökar avkastningen och ger andra fördelar.

Viktiga skillnader mellan Customer Journey Analytics och vanliga kundanalyslösningar

När ni utvärderar leverantörer av kundanalyslösningar rekommenderar vi att ni letar efter följande funktioner och jämför dem med behoven i er verksamhet.

Funktion	Affärsvärde	Annan analyslösning	Customer Journey Analytics
Kunddimensioner	Erbjuder obegränsade dimensioner, vilket bidrar till mer omfattande och flexibel dataanalys med siffror, text, objekt, listor eller blandade värden.	☐	Ingen begränsning
Unika värden eller dataelement	Säkerställer att det inte finns några rapporterings- eller analysbegränsningar genom att tillåta ett obegränsat antal unika värden eller dimensionsobjekt i en enda dimension för mer detaljerade och nyanserade insikter.	☐	Ingen begränsning
Kundattribut	Underlättar integrering av offlinedata för att analysera digitaliseringens effekt på intäkter, som säljtrattsanalys, offlinehändelser eller -transaktioner och utvärderingar av kundlojalitetsprogram.	☐	Ingen begränsning
Datavyer	Möjliggör ändring och borttagning av data utan omimplementering. Möjliggör manipulering av dimensioner med hjälp av delsträngar, framtagning av mätvärden från valfritt värde och filtrering av delhändelser – allt på ett icke-förstörande sätt.	☐	✓
Härledda fält	Möjliggör direkt och retroaktiv användning av komplexa dataändringar, med stöd för regelbaserad datamanipulering och bearbetning under rapporteringen utan krav på att data hämtas in eller skrivs på nytt.	☐	✓
Intelligent inhämtning	Genererar automatiskt insikter på ett naturligt språk genom att analysera viktiga trender och händelser i data, vilket förbättrar datatolkningen.	☐	✓
Fältbaserad sammanfogning	Kombinerar smidigt enhetsspecifika datauppsättningar från både oautentiserade och autentiserade sessioner och har funktioner för att fylla i luckor på kända enheter med historiska data.	☐	✓
Diagrambaserad sammanfogning	Sträcker sig längre än identitetsbaserad sammanfogning baserat på en enda datakälla genom att koppla samman alla kunddatauppsättningar som bygger på en och samma identitet i Adobe Experience Platforms identitetsdiagram. Mäter och förstår målgrupper som skapats i Adobe Real-Time Customer Data Platform eller Adobe Journey Optimizer och utvecklar en djupare förståelse för kundbeteenden och önskemål för att förbättra personaliseringen.	☐	✓
Tidsserieprognoser	Tar fram statistiska prognoser utifrån historiska data, vilket underlättar vid planering, budgetering, riskhantering, resursfördelning och resultatutvärdering. Tillgängligt i friformstabeller och linjediagramvisualiseringar med anpassningsbara inställningar.	☐	✓
Experimentanalys	Utvärderar ökningen och säkerheten i alla experiment med data från valfria källor.	☐	✓
Attribueringsmodeller	Utnyttjar flerkanaldata och erbjuder flexibla attribueringsfönster för att leverera djupare insikter i komplexa kundresor.	☐	✓
Guidade analysarbetsflöden	Ger marknadsförare, produktchefer och analysteam möjlighet att direkt skaffa sig en bild av produktupplevelsen och förstå kunddata.	☐	✓
Funktioner för dataexport	Har stöd för miljontals rader, flera analyser, segmenteringar, beräknade mätvärden och kraftfull ad hoc-rapportering och schemalagd rapportering.	☐	✓
Ad hoc SQL-fråga	Möjliggör ad hoc SQL-frågor för data som hämtats in till Adobe Experience Platform-datasjön, vilket underlättar genomgång och validering.	☐	✓
BI-tillägg (via SQL)	Ger användare möjlighet att använda sina BI-favoritverktyg för att skicka mätvärdes- och dimensionsfrågor direkt i Customer Journey Analytics.	☐	✓

En kundanalysteknik som tillgodoser alla era behov – Adobe Customer Journey Analytics

[Adobe Customer Journey Analytics](#) har allt som en modern kundanalyslösning ska ha. Med Adobe Customer Journey Analytics kan ni gå över till en strategi som bygger på era egna data genom att koppla samman kundidentiteter och interaktioner över alla kanaler, enheter och tidpunkter. Här kombineras dataflexibilitet och datastyrning med AI-drivna insikter och heltäckande analyser. Och ni får tillgängliga och exakta kundinsikter i den takt och skala som organisationer behöver för att effektivt motsvara de allt större förväntningarna på kundupplevelsen, uppfylla kraven i nya regelverk och ligga steget före på en allt mer konkurrensutsatt marknad.

Ta reda på mer om hur Adobe Customer Journey Analytics kan bidra till att ni får en större förståelse för kundernas resor så att ni kan ge dem exceptionella upplevelser i realtid.

Ta reda på mer

The Adobe logo, consisting of the word "Adobe" in a bold, white, sans-serif font, set against a solid red background.

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.