

Klantprofilering inzetten voor betekenisvolle customer journeys en effectievere marketingcampagnes.

In deze cloud tip laat ik zien hoe klantdata uit SAP Hybris Marketing Cloud kan worden ingezet om betekenisvolle customer journeys te creëren en de effectiviteit van marketingcampagnes te vergroten.

SAP Hybris Marketing Cloud biedt de mogelijkheid om zelf klantprofilering uit te voeren. Deze informatie kan worden gebruikt bij het definiëren van optimale customer journeys om daarmee zeer effectieve marketingcampagnes uit te voeren.



Dit proces bestaat uit drie stappen:

1. Profileren van de klant
2. Mappen van de Customer Journey
3. Creëren en uitvoeren van marketing campagnes

Ik wil graag concentreren op de eerste twee stappen in dit proces.

Wat is klantprofilering?

“Een beschrijving van een klant of een groep klanten inclusief demografische, geografische, psychografische en gedragskenmerken, evenals kooppatronen, kredietwaardigheid en aankoophistorie”

Waarom zou ik mijn klanten profileren?

Klantprofilering helpt je bij het begrijpen van je klanten, benadrukken wie ze zijn, wat hun interesses zijn en wat ze willen. Dit inzicht helpt je bij het herkennen van het gedrag en de kenmerken van je klanten. Door je klanten beter te begrijpen, weet je ook wat ze interesseert en kun je beter en effectiever met ze communiceren.

Met SAP Hybris Marketing Cloud is het mogelijk om informatie van je klanten te verzamelen via de interacties die zij hebben met jouw organisatie. Dit kunnen verschillende vormen van interacties zijn, zoals een verkooporder, een social media bericht, een website bezoek, registratie of succesvolle check-out, aanmelding voor nieuwsbrief of als marketing lead.



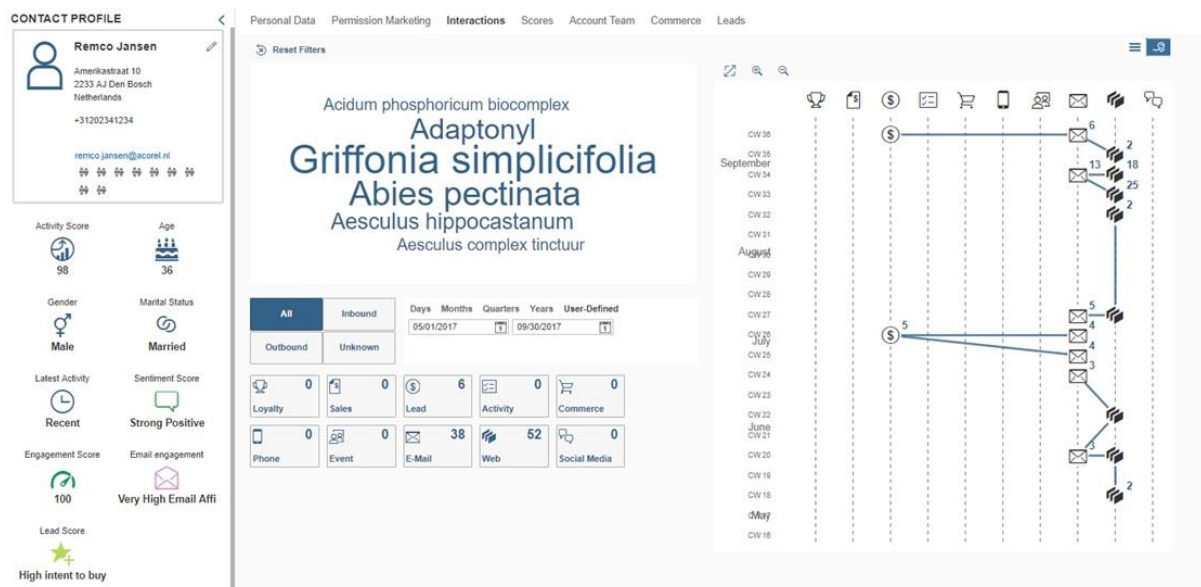
Het is ook mogelijk om interactie data in de verschillende klantprofielen te laden vanuit andere systemen of applicaties via open interfaces (web services (OData) of via gegevens upload (CSV). Alle interacties worden opgeslagen op de klant fact sheets binnen SAP Hybris Marketing Cloud, om de klantprofielen te verrijken en een 360 graden overzicht van de klant op te bouwen. Het geeft inzicht in de interesses en laat zien in welke mate de klant betrokken is bij jouw organisatie.

Klantprofilering in SAP Hybris Marketing Cloud

In onderstaande klantprofiel voorbeeld kun je zien dat de klant vooral betrokken is via web (bezoeken, zoekopdrachten en downloads) en email (campagnes) interacties die leiden tot een erg hoge email engagement score en activiteitscore. Voor de geïnteresseerden: de email engagement score is gebaseerd op 'aantal e-mails verzonden' en 'email open/click-through-rate', the Activity score is alleen gebaseerd op 'Aantal interacties' met de organisatie.

Vanuit de klantinteracties worden de interesses verzameld en weergegeven in een 'word cloud'. Naast deze informatie is het mogelijk om klant specifieke velden en marketing attributen toe te voegen aan de persoonlijke of organisatie data om andere relevante informatie voor marketing op te slaan die standaard niet beschikbaar is. Dit kunnen velden zijn om het type klant aan te duiden of andere voorkeuren relevant voor het opbouwen van het klantprofiel. Deze velden kunnen ook worden gebruikt binnen segmentatie.

Tenslotte, permissie marketing interactie data wordt vooral vergaard via Landing Pages (web formulieren) waarin klanten zijn contactvoorkeuren kan aangeven (opt-in/opt-out).



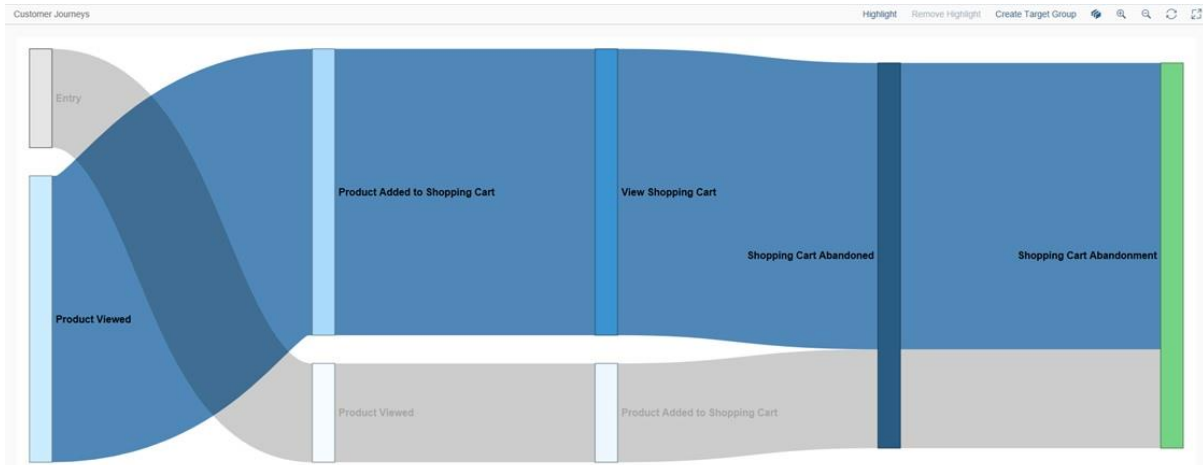
De interactie data die wordt verzameld via klantprofilering wordt gebruikt om een customer journey te maken om de journey van je klanten te begrijpen en wat ze onderweg ervaren.

Wat is een customer journey?

"De customer journey omvat een variëteit van touch points waarin de klant gaat van awareness naar betrokkenheid, naar aankoop. Iedere organisatie moet zich concentreren op het maken van een naadloze ervaring die verzekerd dat ieder touch point verbindt en bijdraagt aan de algehele journey" (bron: Forrester Research)

Customer Journey Insight

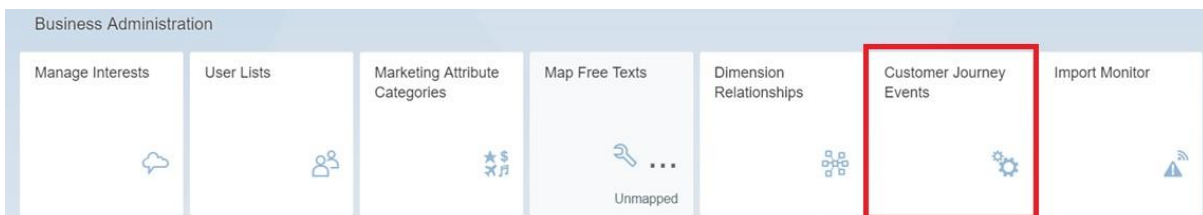
Met de Customer Journey Insight app binnen SAP Hybris Marketing Cloud, kun je de interacties van klanten per kanaal (zoals social media, web en telefoon) over een bepaalde periode inzien. Het is mogelijk om interacties die zijn verzameld per interactie soort te analyseren. Denk hierbij aan product weergaven, geopende e-mails en zoekacties op het web die leiden tot een aankoop (Buy) of geannuleerde winkelwagen event (Shopping Cart Abandonment).



Naast de standaard 'Buy' en 'Shopping Cart Abandonment' events is het ook mogelijk om je eigen customer journey te definiëren met daarin een ander key event. Bijvoorbeeld als je wilt weten wat ertoe leidt dat je klanten zichzelf uiteindelijk registreren op je website.

Customer Journey Events in SAP Hybris Marketing Cloud

Het volgende voorbeeld laat zien hoe je een eigen 'Register' customer journey kunt creëren via de Customer Journey Events app. Deze kan worden gevonden onder 'Business Administration'.



In de Customer Journey Events app kan een nieuw event worden gedefinieerd die je kunt gebruiken in de Customer Journey Insight app en kun je de interacties (interaction soorten) definiëren die leiden tot dit specifieke (key) event.

Begin met het creëren van een nieuw (key) event 'Register' en kies de Customer Journey Insight app als Event Usage. Definieer vervolgens de verschillende interactie soorten met overeenkomend communicatiekanaal die je kunt gebruiken in de customer journey. Sla het nieuw gedefinieerde event op.

Events (3)		Assign Interactions to Events																																							
<p>Buy</p> <p>BUY</p> <p>Customer Journey Insight App</p> <hr/> <p>Registration</p> <p>REG</p> <p>Customer Journey Insight App</p> <hr/> <p>Shopping Cart Abandonment</p> <p>ABD</p> <p>Customer Journey Insight App</p>	<p>Search</p> <p>General Information</p> <p>*Event Name: <input type="text" value="Registration"/></p> <p>*Event ID: <input type="text" value="REG"/></p> <p>Event Usage</p> <p><input checked="" type="radio"/> Customer Journey Insight App</p> <p><input type="radio"/> Journey Tab in Campaigns App</p> <p>Interactions (14)</p> <p>Search</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Interaction Type Description</th> <th>Communication Medium Description</th> <th>Channel Description</th> <th>Key Event</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Optin for Marketing Permission</td><td>System</td><td>Web</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Optin for Marketing Permission</td><td>Web</td><td>Web</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Post in Social Media</td><td>Facebook</td><td>Social Media</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Post in Social Media</td><td>Twitter</td><td>Social Media</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Pre-subscribe to Newsletter</td><td>Web</td><td>Web</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Pre-subscribe to Newsletter</td><td>System</td><td>Web</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Product Viewed</td><td>Online-Shop</td><td>Commerce</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Survey Response</td><td>Web</td><td>Web</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Webinar</td><td>Web</td><td>Event</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </tbody> </table>	Interaction Type Description	Communication Medium Description	Channel Description	Key Event	Optin for Marketing Permission	System	Web	<input type="checkbox"/>	Optin for Marketing Permission	Web	Web	<input type="checkbox"/>	Post in Social Media	Facebook	Social Media	<input type="checkbox"/>	Post in Social Media	Twitter	Social Media	<input type="checkbox"/>	Pre-subscribe to Newsletter	Web	Web	<input type="checkbox"/>	Pre-subscribe to Newsletter	System	Web	<input type="checkbox"/>	Product Viewed	Online-Shop	Commerce	<input type="checkbox"/>	Survey Response	Web	Web	<input type="checkbox"/>	Webinar	Web	Event	<input type="checkbox"/>
Interaction Type Description	Communication Medium Description	Channel Description	Key Event																																						
Optin for Marketing Permission	System	Web	<input type="checkbox"/>																																						
Optin for Marketing Permission	Web	Web	<input type="checkbox"/>																																						
Post in Social Media	Facebook	Social Media	<input type="checkbox"/>																																						
Post in Social Media	Twitter	Social Media	<input type="checkbox"/>																																						
Pre-subscribe to Newsletter	Web	Web	<input type="checkbox"/>																																						
Pre-subscribe to Newsletter	System	Web	<input type="checkbox"/>																																						
Product Viewed	Online-Shop	Commerce	<input type="checkbox"/>																																						
Survey Response	Web	Web	<input type="checkbox"/>																																						
Webinar	Web	Event	<input type="checkbox"/>																																						

Open de Customer Journey Insight app en selecteer het reeds gecreëerde 'Register' event als key event via de Filter opties. Selecteer ook de interactie soorten—standaard zijn alle interactie soorten geselecteerd— die je in de customer journey wilt tonen en granulariteit: Kanaal of Interactie soort.

Hide Filter Bar Filters Go

Event:

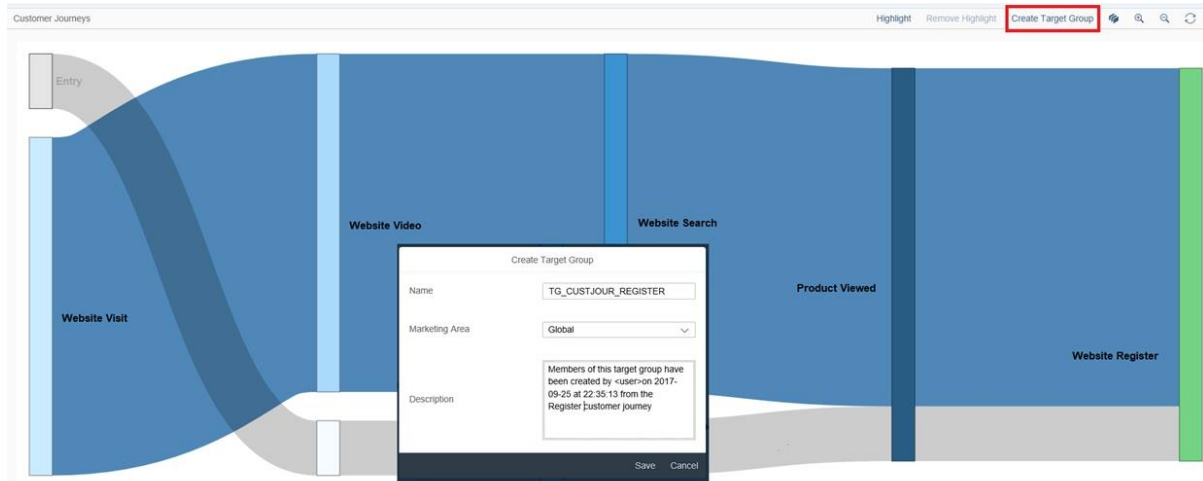
Interaction Types: 13 More

Target Group:

Granularity:

De customer journey van het 'Register' event wordt nu getoond in de volgorde van interacties van klanten die uiteindelijk leiden tot een registratie van de klant op de website.

Tenslotte, na het filteren en analyseren van de verschillende customer journeys die leiden tot dit specifieke key event, kan er een doelgroep worden aangemaakt for de geselecteerde customer journey of top journey pad (in %).



De doelgroep kan gebruikt worden in de vervolgstappen zoals het creëren van email marketing campagnes. Bijvoorbeeld een trigger-gestuurde (trigger-based) campagne waarin het trigger event de 'Website Registration' is, die een welkomstmail stuurt met aanbiedingen en andere relevant informatie voor de zojuist geregistreerde klant.

Happy campaigning!