

Experience Optimization: Zielgerichtet und personalisiert

Tridion®

Tridion Sites Experience Optimization gibt Ihnen Tools an die Hand, mit denen Sie Kundeninformationen erfassen und zielgerichtete Inhalte testen, optimieren und bereitstellen können

Mit Experience Optimization lassen sich die Digital Experiences Ihrer Website-Besucher unter Berücksichtigung von Kontext und Segmentierungskriterien verwalten, simulieren und optimieren.

Funktionen von Experience Optimization

Sukzessive Profilerstellung

Mit Experience Optimization können Sie nach und nach individuelle Profile auf Grundlage einer Vielzahl von Datenpunkten erstellen. Informationen darüber, wie die Besucher zu Ihrer Website gekommen sind und welche Suchbegriffe sie verwendet haben, sowie kontextbezogene Datenpunkte wie der verwendete Browser und der Standort werden zu einem Profil zusammengestellt, auf dessen Grundlage relevante Inhalte bereitgestellt werden können.

Komplexe Suchvorgänge

Tridion Sites nutzt Elasticsearch, um Inhalte auf der Basis Ihrer Kundendaten, des Kundenkontextes, der Segmentierung und der Profilerstellungsregeln zu indizieren und abzufragen. Sie können damit A/B/N-Tests durchführen und auf einzelnen Seiten, in bestimmten Bereichen oder sogar auf ganzen Websites zielgerichtete Inhalte bereitstellen.

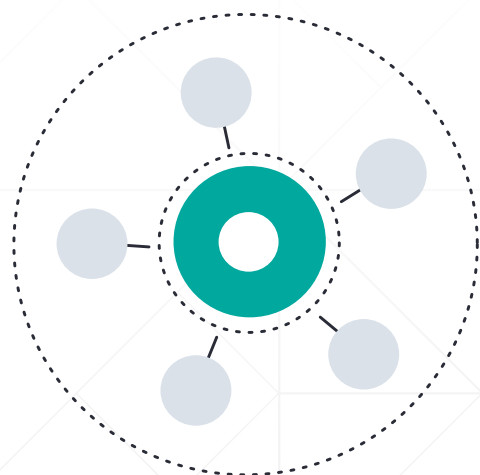
Integrationen

Daten zu Kundenverhalten und -vorlieben können von Tridion Sites, CRM-Systemen, Webanalytik- und E-Commerce-Anwendungen gemeinsam genutzt werden. Hierdurch können Sie die bereits vorhandenen Kundendaten nutzen und erweitern und relevante Kundenkontexte für alle Kanäle und Touchpoints bereitstellen.

Wirkung durch Relevanz erzeugen

Onlinekunden entscheiden heute in Sekundenbruchteilen, ob die Inhalte, die sie auf digitalen Kanälen zu sehen bekommen, für sie relevant sind oder nicht.

Für Sie als Anbieter ist Ihre Fähigkeit, potenzielle Kunden auf relevante Inhalte aufmerksam zu machen, letztendlich entscheidend für die Höhe der Conversion Rate und die Kundenbindung.



Echtzeit-Perspektive

Durch Nutzung der bereits vorhandenen Kundeninformationen können Editoren Personalisierungsregeln erstellen, anhand derer in Echtzeit festgelegt wird, welche Inhalte Ihre Kunden zu sehen bekommen.

Da Tridion Sites komponentenbasierte Inhalte nutzt, haben Sie die Möglichkeit, anstatt ganzer Seiten einzelne Seiteninhalte zu personalisieren. Tridion Sites Experience Optimization ordnet Inhalte auf Grundlage einer Vielzahl unterschiedlicher Datenpunkte zu, darunter das Kundenprofil, das Surfverhalten und das Gerät.

Personalisierte Bereitstellung

Jeder Aspekt Ihrer Website, darunter Inhalte, Werbeaktionen, Such- und Navigationsfunktionen, können individuell an die Interessen und den Kontext Ihrer Kunden angepasst werden.

Ständige Verbesserung

Selbst der beste Marketer ist kein Hellseher. Mit Experience Optimization können Sie Experimente einrichten, um verschiedene Inhalts- und Designvarianten zu testen. Integrierte Analysefunktionen erkennen die erfolgreichste Version, damit Sie die Inhalte mit der größten Kundenwirkung auswählen und bereitstellen können.

Vorteile

- Automatische Bereitstellung relevanter Inhalte
- Personalisierung von Inhalten auf Grundlage von Kundenprofil, Browsing-Mustern, Suchverhalten, Gerät, Standort oder anderen kontextuell relevanten Datenpunkten
- Verknüpfung mit vorhandenen Kundendatenpunkten innerhalb Ihrer digitalen Marketing-Infrastruktur
- Vorausschauende Auswahl und Bereitstellung von Inhalten auf Grundlage des momentanen Kundenverhaltens
- Testen und Verbessern unterschiedlicher Inhaltsversionen zur Verbesserung der Conversion Rate

Weitere Informationen erhalten Sie unter
[rws.com/de/tridion](https://www.rws.com/de/tridion)

Über RWS

RWS Holdings plc ist der weltweit führende Anbieter für technologiefähige Sprachdienstleistungen, Content Management und schutzrechtliche Dienstleistungen. Wir unterstützen unsere Kunden bei der Vernetzung mit Menschen auf der ganzen Welt und bei der Entwicklung neuer Ideen, indem wir geschäftskritische Inhalte in großem Umfang kommunizieren und den Schutz und die Umsetzung ihrer Innovationen ermöglichen.

Wir möchten Unternehmen dabei unterstützen, mit Menschen überall auf der Welt effektiv zu interagieren, indem wir ihre Herausforderungen in Bezug auf Sprache, Inhalte und Marktzugang durch unsere kollektive globale Intelligenz, unsere umfassende Fachkompetenz und intelligente Technologie lösen.

Zu unseren Kunden zählen 90 der globalen Top 100 Marken, alle 10 führenden Pharmaunternehmen und rund die Hälfte der 20 weltweit führenden Patentanmelder. Unser Kundenstamm erstreckt sich über Europa, Asien-Pazifik sowie Nord- und Südamerika in den Bereichen Technologie, Pharmazie, Medizin, Recht, Chemie, Automobilindustrie, Behörden und Telekommunikation, die wir über Niederlassungen auf fünf Kontinenten bedienen.

RWS, gegründet 1958, mit Hauptsitz in Großbritannien ist am AIM, dem selbstregulierten Markt der Londoner Börse, notiert (RWS.L).

Weitere Informationen erhalten Sie unter: www.rws.com/de

© Alle Rechte vorbehalten. Die hierin enthaltenen Informationen sind vertraulich und geschützte Informationen der RWS Group*.
* RWS Group bezeichnet RWS Holdings plc im Auftrag und im Namen seiner verbundenen Unternehmen und Tochtergesellschaften.