

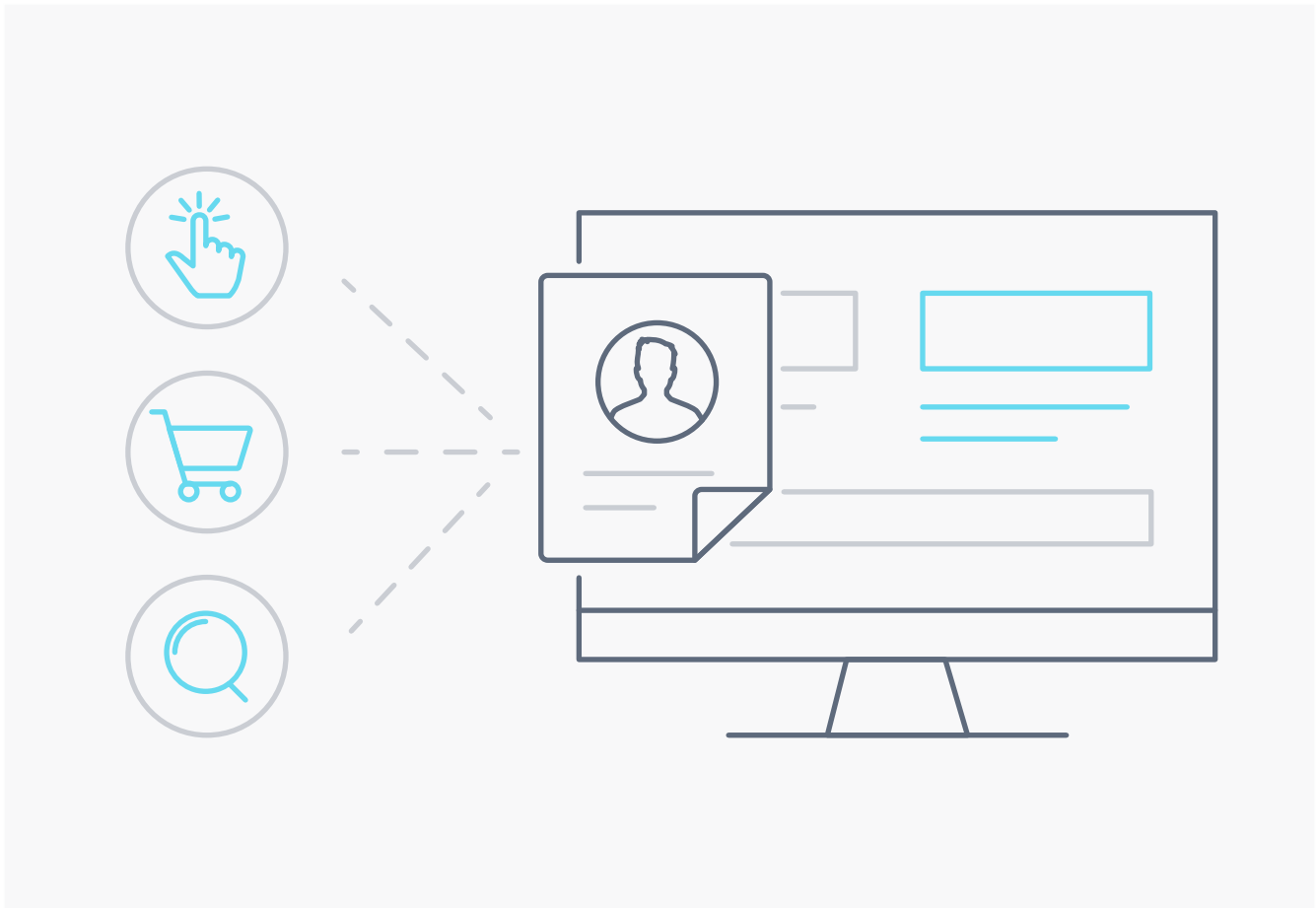


# Omnichannel- Personalisierung:

Vergleich von Personalisierung  
und Journey Orchestration

# Omnichannel-Personalisierung: Vergleich von Personalisierung und Journey Orchestration

Echtzeit-Personalisierung und Customer Journey Orchestration sind zwei viel diskutierte Trends in der Welt des digitalen Marketings. Für Unternehmen, die ihre digitale Marketingstrategie erweitern möchten, scheint der Unterschied zwischen Journey Orchestration und Personalisierung relativ unklar zu sein, weshalb die Entscheidung zu treffen, welcher Schritt bei datengesteuerter Personalisierung oder Journey Orchestration für Sie geeigneter ist, schon überwältigend sein kann.

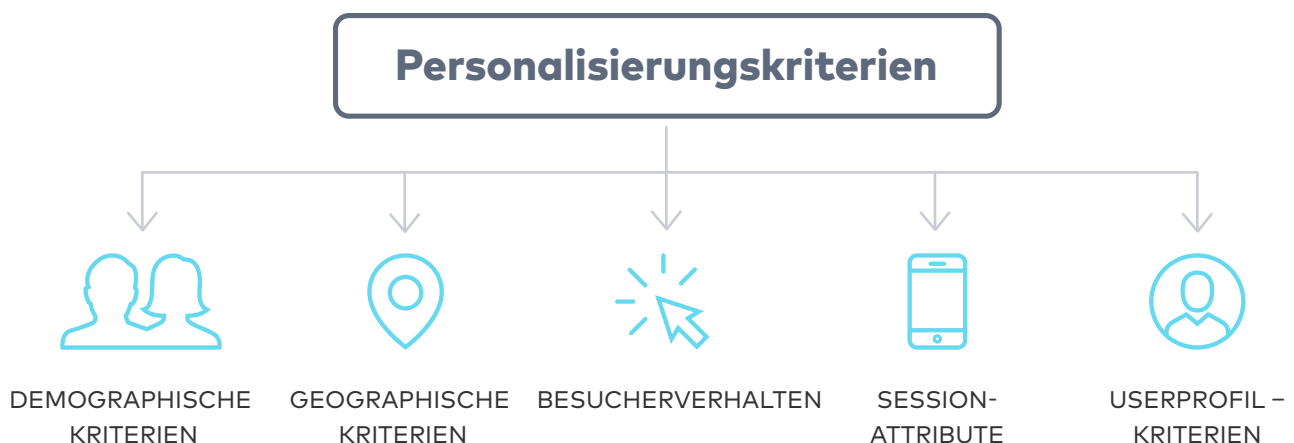


# Was ist Echtzeit-Personalisierung?

Personalisierung bezieht sich auf den Anpassungsprozess einer Erfahrung an die Interessen und Bedürfnisse eines Individuums. Statt allen Besuchern dasselbe zu zeigen, lernt eine Personalisierungsplattform jeden Besucher kennen, der mit den Websites, Apps und anderen Diensten eines Unternehmens interagiert. Mit diesen Informationen erstellt es im Laufe der Zeit ein Profil mit bekannten und vermuteten Attributen eines Besuchers, um gezielte Inhaltsvariationen oder personalisierte Empfehlungen für jeden Besucher bereitstellen zu können. **Das ultimative Ziel besteht darin, die Kundenbindung, -konvertierung und -aktivierung zu erhöhen**, indem jedem Benutzer auf seiner Customer Journey der relevanteste Inhalt Schritt für Schritt geliefert wird.

Um eine Echtzeit-Personalisierung zu ermöglichen, müssen Marketingexperten eine Personalisierungsplattform nutzen und eine Strategie verfolgen, um das Beste aus jedem einzelnen Inhalt zu machen. Dies erfordert häufig die Hilfe eines vertrauenswürdigen Partners, der Sie bei einer Inhaltsüberwachung unterstützen kann, Sie bei Ihrer Taxonomie-Strategie berät und Ihnen bei der Implementierung eines Plans für das Anpassen und Testen von Inhalten hilft.

Mithilfe einer Personalisierungsplattform können Marketingexperten, basierend auf einer Vielzahl von Kriterien zur Personalisierung bzw. Besucher-Kontexten, sämtliche Inhalte auf Nutzersegmente ausrichten, z. B. den aktuellen Click Path, Details zu Downloads früherer Websites, den physischen Standort des Besuchers und die Art des verwendeten Geräts oder sonstige Präferenzen, die explizit angegeben wurden. Auf diese Weise können Inhalte auch für anonyme Besucher oder Kunden, die nicht eingeloggt sind, personalisiert werden.



# Was ist Journey Orchestration?

Bei FFW sprechen wir von Journey Orchestration als „dem nächsten Schritt“ der Personalisierung. Die Personalisierung von Inhalten erfolgt hauptsächlich auf Ihrer Website und Ihren E-Mail-Kanälen, während Journey Orchestration eine viel größere Vielfalt an Touchpoints umfasst. Eine Journey-Orchestration-Plattform verbindet Ihre Website mit Ihren Social-Media-Channels, Ihrer E-Mail und Ihrem Outbound Marketing, Ihrem CRM, Offline-Kanälen wie Kiosks, Call-Center, Direct Mail und so weiter.



Eine Journey-Orchestration-Plattform ist kein eigenständiges System: Sie integriert sich in Ihr gesamtes digitales Ökosystem und lauscht kanalübergreifend nach Kundenverhalten. Statt Datensilos zu zerlegen, verarbeitet sie Daten aus zahlreichen verschiedenen Quellen und trifft Entscheidungen über die nächsten Schritte auf der Grundlage idealer Kundenpfade, die das Marketing-Team aufgebaut hat.

Bei der Journey Orchestration geht es im Wesentlichen darum, die Lieferung einer echten, verbundenen Kundenerfahrung zu automatisieren. Es geht darum, alle verfügbaren Daten über einen bestimmten Kunden zu nutzen, um in Echtzeit auf die Dinge zu reagieren, die sie auf allen Kanälen sagen und tun.

# Echtzeit-Personalisierung, Journey Orchestration und der Inhalt Ihrer Website

Wenn Sie die Nutzererfahrung auf allen Kanälen personalisieren und optimieren möchten, müssen Sie sicherstellen, dass alle Ihre Inhalte gut geordnet sind. Und da sowohl Echtzeit-Personalisierung als auch Journey Orchestration eine gewisse Herangehensweise erfordern, die sowohl auf Marketingstrategien als auch auf technischem Know-How basiert, sollten Sie sicherstellen, dass Ihr Agenturpartner über das strategische Wissen verfügt, um für Ihre Plattform ein effektives System zu entwickeln. Außerdem sollte Ihr Partner auch das erforderliche technische Wissen haben, um Ihre Plattform zu bauen und zu integrieren. Die richtige Digital-Agentur kann Ihnen helfen, eine langfristige Roadmap von Anfang an zu entwerfen, um sicherzustellen, dass Sie die richtigen Marketing-Tools und Strategien verwenden.

Wenn Sie eine Bestandsaufnahme Ihrer aktuellen digitalen Marketinginitiativen machen, gilt folgende Faustregel:

- **Wenn Sie noch nicht bereit sind eine datengesteuerte Personalisierungsstrategie zu implementieren**, können Sie heute mit der Bereitstellung einer Personalisierungsplattform zum Sammeln von Daten beginnen. Sobald Sie eine solide Grundlage haben, können Sie und Ihre Agenturberater mit der Erstellung eines Plans für die Echtzeit-Personalisierung beginnen.
- **Wenn Sie bereits Personalisierungsinitiativen für zahlreiche Kanäle ausführen** und Ihre Kampagnen auf der Grundlage der Daten testen und verbessern, ist die Implementierung einer Journey-Orchestration-Plattform ein ausgezeichneter nächster Schritt für Ihr Unternehmen.

Personalisierungsplattformen verfügen über Profilierungsfunktionen, die Daten über Benutzer und deren Verhalten speichern. Journey-Orchestration-Plattformen hingegen umfassen eine Vielzahl von Systemen und verwenden die darin gespeicherten Daten, um neue Aktionen über verschiedene Kanäle auszulösen.

Selbst wenn Sie momentan keine Echtzeit-Personalisierungsplattform betreiben, ist es eine gute Idee mit einem Strategieentwurf zu beginnen. Wenn Sie sich von Anfang an auf Journeys konzentrieren, erhält Ihre Organisation eine präzisere Kontrolle über jede Facette der Erfahrung. Schließlich wird Ihnen die Kombination von datengestützter Personalisierung und Journey-Orchestrations-Software die Möglichkeit geben jedem einzelnen Kunden die bestmöglichen digitalen Omnichannel-Erlebnisse zu bieten.

# Wir können Ihnen helfen

Für die Bereitstellung erweiterter digitaler Marketingfunktionen wie Journey Orchestration ist ein zweigeteilter Ansatz erforderlich: Ein digitaler Partner wie FFW kann Ihnen sowohl bei der Festlegung der Strategie für Kampagnen als auch bei einer Reihe tiefer Integrationen helfen, die zur optimalen Nutzung der Plattform erforderlich sind. Wir können die nötigen Tools erstellen, Ihrem Team helfen die Segmentierung Ihrer Zielgruppe zu bestimmen und Ihre Tools zu konfigurieren. Außerdem unterstützen wir Sie beim Definieren einer Strategie, die eine Journey Orchestration oder datengestützte Personalisierungsfunktionen in Ihrem Unternehmen ermöglicht.

Da es keine allgemeingültige Lösung gibt, bieten wir Strategie- und Enablement-Consulting an, um Ihrer Organisation bei der Bestimmung Ihrer spezifischen Bedürfnisse zu unterstützen. Für diejenigen, die momentan ihre Initiativen nicht fortlaufend testen und verbessern, ist es wichtig einen Partner wie FFW zu haben, der bei der Ermittlung und Implementierung von Test- und datengesteuerten Marketingpraktiken unterstützt.

Personalisierung und Journey Orchestration sind fortlaufende Vorgehensweisen, bei denen es darum geht, Daten kontinuierlich zu nutzen, um Ihre Kunden besser zu verstehen und Inhalte anzupassen oder mit ihnen zu experimentieren, um Veränderungen zu verbessern. Egal, ob Sie gerade mit der Personalisierung beginnen oder ob Sie sich als Profi darin üben Inhalte zu verbessern und bereit sind in die Welt der Journey Orchestration einzutauchen, wenden Sie sich an FFW. Wir sind da, um Ihnen dabei zu helfen wie Sie Ihre neue Plattform nutzen können, damit Ihre Organisation Ihre einzigartigen Geschäftsziele sowohl jetzt als auch in Zukunft besser erreichen kann.

Unser erfahrenes Team hilft Ihnen bei der Festlegung und Gestaltung der Personalisierungs- oder Journey-Orchestration-Strategie, die für Ihr Unternehmen geeignet ist.

## Über FFW

"Moving forward at the speed of digital innovation!" Als Digital-Agentur haben wir uns bei FFW darauf spezialisiert, digitale Experience-Plattformen zu realisieren, die unsere Kunden erfolgreicher machen.

Wir sind ein bevorzugter Partner von Acquia und wurden für unser Engagement für die Produkte, unser Know-how und die Qualität unserer Produkte von Acquia ausgezeichnet. Wir sind 3 Mal Acquia Engage-Sponsoren, 3 Mal Acquia-Partner-Site-of-the-Year-Gewinner und 3 Mal Acquia MVP-Gewinner mit 120 Acquia-zertifizierten Entwicklern.

Seit dem Jahr 2000 vertrauen uns einige der weltgrößten Unternehmen und Marken die Umsetzung ihrer digitalen Lösungen an, die wir kreativ, nutzerfreundlich und ergebnisorientiert realisieren. Gemeinsam sind wir mehr als 375+ Festangestellte in 10 Ländern und haben mehr als 1.000 digitale Lösungen umgesetzt.

Besuchen Sie uns:

 [FFWagency.com](https://ffwagency.com)

 [Drupal.org](https://drupal.org)

 [Facebook](#)

 [Twitter](#)

 [LinkedIn](#)