



SAP Hybris: Maschinelles Lernen für ein optimales Einkaufserlebnis

München, 18. Oktober 2017 – [SAP SE](#) (NYSE: SAP) nutzt innovative Technologien wie Gesichtserkennung, maschinelles Lernen (ML) und das Internet der Dinge, um passgenaue Marketingkampagnen und optimale Einkaufserfahrungen zu ermöglichen. Als innovativer Vordenker weist SAP mit dem SAP Hybris* Cloud-Portfolio den Weg in die Zukunft von Customer Engagement und Commerce. Diese und weitere Neuerungen sind Thema auf dem SAP Hybris LIVE: Global Summit vom 17. bis 19. Oktober im spanischen Barcelona.

Sharing is Caring: SAP weiß, was Kunden glücklich macht

Laut dem SAP Hybris Consumer Insights Report 2017 erwarten neun von zehn Kunden (89 %) innerhalb von 24 Stunden eine Antwort auf ihre Anfrage. Die weltweite Befragung von 20.000 Konsumenten zeigt, dass sich Kunden am einfachsten mit einer zeitnahen, persönlichen Reaktion glücklich machen lassen; der schnellste Weg zum Kundenverlust besteht hingegen darin, ohne Wissen der Verbraucher deren Daten weiterzugeben.

Vier von fünf Konsumenten (80 %) sind durchaus bereit, bestimmte Daten an die Hersteller weiterzugeben, wobei Japaner mit 52 % am zögerlichsten sind, während Kolumbianer und Inder sehr viel weniger Bedenken haben (jeweils 92 %). Mit Ausnahme von Russland sind die Befragten aus allen Ländern zur Weitergabe ihrer E-Mail-Adresse bereit. Ganz anders stellt sich die Situation bei der persönlichen Mobilfunknummer dar, wo speziell im Nahen Osten nur die Hälfte der Verbraucher in eine Weitergabe einwilligen würde.

Der vollständige SAP Hybris Consumer Insights Report steht [hier](#) zum Download bereit.

Ausführliche Informationen zum Thema enthält auch der Beitrag „[The customer dating game: Know the tell-tale signs to avoid a brand break-up.](#)“

SAP bringt Marketer auf Tuchfühlung mit Kunden

In SAP Hybris Marketing Cloud finden Unternehmen ab sofort ein umfangreiches Instrumentarium, das sicherstellt, dass die richtige Botschaft bei den richtigen (und wertvollsten) Kunden landet, während Privatsphäre und Daten der Kunden geschützt bleiben. Kombiniert mit den folgenden Tools erhalten die Unternehmen zudem transparente Einblicke in Performance und Kosten ihrer Marketingmaßnahmen.

- **Digital Boardroom für CMOs:** Nach dem Muster des [SAP Digital Boardroom](#) erhalten CMOs mit dem neuen Marketing Executive Dashboard wertvolle 360°-Einblicke und Reports, mit denen sie den Erfolg ihrer Kampagnen beurteilen, drohende Probleme frühzeitig erkennen und attraktive Marktchancen identifizieren können.
- **Gesichtserkennung mittels maschinellem Lernen:** [SAP Leonardo](#), das SAP System für digitale Innovation, ergänzt SAP Hybris Marketing Cloud um Funktionen für die Gesichtserkennung und eröffnet so völlig neue Möglichkeiten der In-Store-Interaktion mit den Konsumenten. Dabei verknüpft die Software die Filialbesucher ausgehend von ihrem Geschlecht und Alter mit dem jeweiligen Warenangebot und ermöglicht die Anzeige personalisierter Produktempfehlungen auf großen Bildschirmen.
- **Voll integrierte Kundenzuordnung:** Mit [SAP Hybris Customer Attribution](#) (früher [Abakus](#)) können Marketer präzise erkennen, welche Kampagnen und Aktivitäten ihre Kunden zum Kauf bewegen. Die an allen Kontaktpunkten der Customer Journey erhobenen Daten erlauben detaillierte Erkenntnisse zu Kauffaktoren und ermöglichen die Echtzeitanpassung von Marketingaktivitäten und -budgets.
- **IoT-Daten als Kampagnenhelfer:** Auch IoT-Geräte lassen sich künftig zur Personalisierung von Angeboten nutzen. So kann beispielsweise eine relevante Marketingbotschaft an einen Verbraucher gesendet werden, wenn dieser auf seinem Fitness-Tracker einen bestimmten Wert erreicht hat.
- **Einhaltung der Datenschutz-Grundverordnung (EU-DSGVO):** Durch die Einhaltung der ab Mai 2018 geltenden Datenschutzbestimmungen können sich Marketer darauf verlassen, dass ihr Targeting im Einklang mit allen Regelungen steht.
- **Integration von WeChat:** Durch die Unterstützung der chinesischen Sozia-Media-App erreichen Marketer nun auch die über [889 Millionen Nutzer](#) des weltweit größten Binnenmarktes.

Weitere Informationen finden Sie im Future of Customer Engagement & Commerce Blog unter „[Marketing: Data is their biggest asset and challenge](#)“.

SAP Hybris setzt auf Ko-Innovation und ML

Zehn Kunden beteiligen sich als Ko-Innovatoren an der Einbindung des maschinellen Lernens in SAP Hybris Sales Cloud und SAP Hybris Service Cloud. Mit Systemen, über die mehr als 76 % der globalen Geschäftstransaktionen abgewickelt werden, verfügen SAP und SAP Hybris über einen Schatz von Kunden- und Produktdaten aus dem Frontoffice, der nur darauf wartet, gehoben zu werden.

Bereits heute werden die Daten für Marketing-, Vertriebs-, Service- und Commerce-Zwecke genutzt, unter anderem in den Bereichen Advanced Personalization, Contextual Merchandizing, Shopping Assistant Bot, Affinity Scoring, Sentiment Analysis, Service Ticket Text Analysis und Customer Service Bot.

ML-Funktionen finden sich auch in verschiedenen Prototypen der [SAP Labs](#) wie [Galaxy](#), [Charly the Chatbot](#), und [Pepper Instore Assistance](#). Mit den Anwendungsmöglichkeiten des maschinellen Lernens auf das Customer Engagement beschäftigt sich der SAP Hybris Blog „[Machine learning: Putting it into practice with customers](#)“.

Agile Microservices öffnen die Tür zur Digitalisierung

Das Zeitalter der Digitalisierung ist durch ständig wachsende Kundenerwartungen gekennzeichnet, die Unternehmen zur ebenso kontinuierlichen Anpassung zwingen. Ohne agile Infrastruktur ist diese Anpassung nicht möglich. Mehr als die Hälfte der 285 befragten Marketing-, LoB- und IT-Leader gab an, durch die Einführung einer auf Microservices basierenden Softwarearchitektur sowohl die Skalierbarkeit, Fehlererkennung und -behebung verbessert als auch die Abhängigkeit von einem bestimmten Technologie-Stack verringert zu haben. Das Problem: Während neun von zehn Entscheidern den digitalen Umbau ihres Unternehmens gerne beschleunigen würden, ist nur in einem Drittel der Fälle eine klar definierte digitale Strategie vorhanden. Ausführliche Informationen hierzu enthält der von SAP Hybris in Auftrag gegebene und von Forrester Consulting erstellte Report mit dem Titel „[Leverage Agile Software Development to Deliver Business Flexibility](#).“

Die Ergebnisse des Berichts sind auch Gegenstand einer [Podiumsdiskussion](#) auf dem SAP Hybris LIVE: Global Summit. Für weiterführende Informationen wird auf „[Agile microservices: The key to breaking barriers to digital business](#)“ verwiesen.

Ausführliche Informationen zu SAP Hybris erhalten Sie im [SAP Hybris News Center](#) oder auf Twitter unter [@saphybris](#). Weitere Informationen zu SAP finden Sie im [SAP News Center](#) oder auf Twitter unter [@sapnews](#).

Informationen zu SAP Hybris

SAP Hybris ermöglicht echte Kundenbeziehungen: Mit den Omnichannel- und Commerce-Lösungen von SAP Hybris können Unternehmen ein kontextbasiertes Kundenverständnis in Echtzeit sowie eine eindrucksvolle und relevante Customer Experience aufbauen. Die Lösungen ermöglichen es, Produkte, Services und digitale Inhalte über alle Touchpoints, Kanäle und Endgeräte zu verteilen. Mittels eines optimalen Kundendatenmanagements, kontextbasierter Marketing-Instrumente und einheitlicher Commerce-Prozesse, haben die SAP Hybris Lösungen bereits weltweite Marktführern dabei geholfen, ihre Kundenbeziehung zu stärken und auszubauen.

Die SAP Hybris Software für Customer Engagement und Commerce gibt Unternehmen das Fundament, die Rahmenbedingungen sowie Business-Tools, um einen ganzheitlichen Blick auf den Kunden über alle Kanäle hinweg zu erhalten, die Kundenbeziehung zu vereinfachen und komplexe Herausforderungen zu meistern. Weitere Informationen finden Sie unter [www.hybris.com](#).

*SAP Hybris ist seit Januar 2016 ein Markenname, um die SAP Lösungen für Customer Engagement und Commerce sowie die Angebote, Mitarbeiter und Geschäfte des akquirierten Unternehmens hybris AG zu repräsentieren. SAP Hybris ist der Rechtsträger, bis die Integration innerhalb der SAP abgeschlossen ist.

Informationen zu SAP

Als Marktführer für Unternehmenssoftware unterstützt die SAP SE Firmen jeder Größe und Branche, ihr Geschäft profitabel zu betreiben, sich kontinuierlich anzupassen und nachhaltig zu wachsen. Vom Back Office bis zur Vorstandsetage, vom Warenlager bis ins Regal, vom Desktop bis hin zum mobilen Endgerät – SAP versetzt Menschen und Organisationen in die Lage, effizienter zusammenzuarbeiten und Geschäftsinformationen effektiver zu nutzen als die Konkurrenz. Über 355.000 Kunden aus der privaten Wirtschaft und der öffentlichen Verwaltung setzen auf SAP-Anwendungen und Dienstleistungen, um ihre Ziele besser zu erreichen. Weitere Informationen unter [www.sap.de](#).

###

Sämtliche in diesem Dokument enthaltenen Aussagen, die keine vergangenheitsbezogenen Tatsachen darstellen, sind vorausschauende Aussagen wie im US-amerikanischen „Private Securities Litigation Reform Act“ von 1995 festgelegt. Wörter wie „vorhersagen“, „glauben“, „schätzen“, „erwarten“, „voraussagen“, „beabsichtigen“, „planen“, „davon ausgehen“, „können“, „sollten“, „werden“ sowie ähnliche Begriffe in Bezug auf SAP sollen solche vorausschauenden Aussagen kennzeichnen. SAP übernimmt keine Verpflichtung gegenüber der Öffentlichkeit, vorausschauende Aussagen zu aktualisieren oder zu korrigieren. Sämtliche vorausschauenden Aussagen unterliegen unterschiedlichen Risiken und Unsicherheiten, durch die die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den Erwartungen abweichen können. Auf die Faktoren, die das zukünftige finanzielle Abschneiden von SAP beeinflussen könnten, wird ausführlicher in den bei der US-amerikanischen „Securities and Exchange Commission“ (SEC) hinterlegten Unterlagen eingegangen, unter anderem im letzten Jahresbericht Form 20-F. Die vorausschauenden Aussagen geben die Sicht zu dem Zeitpunkt wieder, zu dem sie getätigt wurden. Dem Leser wird empfohlen, diesen Aussagen kein unangemessenes hohes Vertrauen zu schenken.

© 2017 SAP SE. Alle Rechte vorbehalten. ISAP und andere in diesem Dokument erwähnte Produkte und Dienstleistungen von SAP sowie die dazugehörigen Logos sind Marken oder eingetragene Marken der SAP SE in Deutschland und anderen Ländern. Zusätzliche Informationen zur Marke und Vermerke finden Sie auf der Seite <http://global.sap.com/corporate-de/legal/copyright/index.epx>.

Hinweis an die Redaktionen

Für Pressefotos und Fernsehmaterial in hoher Auflösung besuchen Sie bitte unsere Plattform [www.sap.com/photos](#). Dort finden Sie aktuelles sendefähiges TV-Footage-Material sowie Bilder zu Themen rund um SAP zum direkten Download. Videos zu SAP-Themen aus der ganzen Welt finden Sie unter [www.sap-tv.com](#). Sie können die Filme von dieser Seite auch in Ihren eigenen Publikationen und Webseiten einbinden.

eloquenza pr gmbh, Ina Rohe, +49 89 2420380, saphybris@eloquenza.de, CET
Michael Baxter, SAP, +49 151 1719 6185, m.baxter@sap.com, CET
Pressebereich im SAP News Center; press@sap.com