

Medienmitteilung Merkle – a dentsu company

Zusammenarbeit zwischen Merkle und Amazon Web Services (AWS)

Gemeinsam möchten Merkle und AWS Marken dabei unterstützen, integrierte, zusammenhängende Kundenerlebnisse über die gesamte Customer Journey hinweg zu schaffen – von der Awareness bis hin zu After-Sales und Service-Leistungen.

Zürich, 26. Juli 2023 – [Merkle – a dentsu company](#) mit Fokus auf Customer Experience Management (CXM), gab heute eine erweiterte Zusammenarbeit mit AWS bekannt. Ziel ist es, Customer Entity Resolution innerhalb von Kundendatenlösungen anzubieten.

AWS Entity Resolution unterstützt Unternehmen beim Abgleich und der Verknüpfung von Kundeninteraktionen. Und das über verschiedene Touchpoints hinweg in einer einzigen Ansicht unter Verwendung deterministischer und wahrscheinlichkeitsbasierter Abgleichstechniken. Dieser neue AWS-Service wird jetzt mit der Expertise von Merkle im Bereich hyper-personalisierter Marketingstrategien und cloudbasierter Datenarchitekturen gepaart. Das ermöglicht Marken, ihren Kund:innen das bestmögliche Erlebnis über alle Touchpoints hinweg zu bieten - online und offline. Merkle war Teil früher Service-Experimente, somit konnte die Agentur AWS Entity Resolution in Kombination mit anderen AWS-Services nutzen. Unter anderem mit Amazon Redshift und Amazon SageMaker. Das ermöglichte Merkle alle relevanten Daten aus verschiedenen Funktionen in einer einzigen 360-Grad-Kundensicht zu aggregieren, zu verwalten und zu aktivieren.

Das ist besonders interessant für die Einzelhandelsindustrie. Sie verändert sich ständig, Online-Kanäle entwickeln sich rasend schnell weiter und gewinnen weltweit an Bedeutung. Marken, deren Kundenerlebnis bisher hauptsächlich durch den exklusiven Besuch von Ladengeschäften geprägt war, laufen Gefahr, ins Abseits zu geraten. Das gleiche gilt für Marken, deren Offline- und Online-Erlebnisse nicht integriert sind. Chief Marketing Officer sind bestrebt, ein nahtloses Set an persönlichen und bedeutungsvollen Kundenerlebnissen über alle Berührungspunkte hinweg zu schaffen. Sie haben jedoch Schwierigkeiten, ihre Daten vollständig zu nutzen, um die anspruchsvollen Erwartungen ihres Kundenstamms zu erfüllen. Darüber hinaus haben sie häufig mit komplexen Sachverhalten zu kämpfen, wie unzusammenhängende Technologien, ungleiche Datensätze oder einem Mangel an interner Expertise.

Merkle verfügt über die notwendigen Kompetenzen, um AWS-basierte Architekturen zu entwerfen und zu implementieren. Und um eine Vielzahl von Daten zu verwalten und sie für eine große Bandbreite von Anwendungsfällen zu aktivieren. Dazu gehören unter anderem die Bereiche „Finanzen“, „Produkte“, „Vertrieb“ und „Lieferkette“. Darüber hinaus ermöglicht die Anreicherung mit Daten von Drittanbietern unter Verwendung von AWS Entity Resolution den Marken ein tieferes Verständnis ihrer Kund:innen. Sie ermöglicht Initiativen zur Verbesserung der Customer Experience. Zusammen mit den Algorithmen von Merkle, den hochmodernen ML-Modellen und der automatischen Mikrosegmentierung zur Identifizierung des nächstbesten Kundenerlebnisses wird Merkle Unternehmen dabei helfen: ihre Lösungen zur Optimierung der Kundenakquisitionskosten weiter zu verbessern, den Customer Lifetime Value (CLV) zu steigern und neue sowie exklusive Kundenerlebnisse zu implementieren.

„Wir haben AWS Entity Resolution erfolgreich eingesetzt, um sowohl deterministische als auch wahrscheinlichkeitsbasierte Abgleiche von Nutzern über mehrere Datensätze hinweg und mit hohen Abgleichsraten durchzuführen. Dadurch konnten wir die Identifizierung einzelner Verbraucher:innen zum Zeitpunkt der Interaktion und mit einer vollständigeren Sicht auf ihre Profile maximieren. Darüber hinaus sind wir jetzt in der Lage, den Automatisierungsgrad für unsere Kund:innen drastisch zu erhöhen, sodass sie sich auf die Datenaktivierung und die Erkenntnisse konzentrieren können, anstatt sich mit der Datenaufbereitung zu beschäftigen“,
Oscar Wooley, Head of Data Solutions bei Merkle DACH.

„Da Echtzeit-Engagement immer wichtiger wird, steigt der Bedarf an genauen und nachhaltigen First-Party-Daten schnell an. Mit AWS Entity Resolution sind Unternehmen in der Lage, unterschiedliche Datensätze einfach abzugleichen und zu bereinigen. Dadurch können sie ihre Datenqualität verbessern, 360-Grad-Ansichten von Kund:innen erstellen und relevantere sowie zeitnahe Erfahrungen liefern“, **so Davor Golac, General Manager von AWS Entity Resolution.**
„Als Kunde von AWS Entity Resolution wird Merkle in der Lage sein, Millionen von Interaktionen in großem Umfang abzugleichen, zu verknüpfen und höhere Abgleichsraten zu erzielen. Das unterstützt Vermarkter:innen bei der Rationalisierung der Datenaufbereitung, sie erhalten bessere Einblicke und können den Wert ihrer Daten maximieren.“

-ENDS-

Pressekontakt:

Bianca Reisert

Email: bianca.reisert@merkle.com

Tel.: +4915152702893

Bildmaterial:



BU: Oscar Wooley, Head of Data Solutions von Merkle DACH (Bild: Merkle)



BU: Davor Golac, General Manager von AWS Entity Resolution



Über Merkle

Merkle ist eine führende, datengetriebene Digitalagentur für Customer Experience Management (CXM) und darauf spezialisiert, einzigartige personalisierte und kanalübergreifende Kundenerlebnisse zu entwickeln. Mit langjähriger Erfahrung in Datennutzung, Technologie und Analytics ermittelt Merkle die Bedürfnisse der Kund:innen und erstellt darauf basierend hyperpersonalisierte Marketingstrategien und -kampagnen.

Mehr als 14.000 Mitarbeiter:innen weltweit – davon über 1.800 in der DACH-Region – optimieren Marketingerfolge und erzielen Wettbewerbsvorteile für die Top-500-Unternehmen in der gesamten Region sowie in Osteuropa. Unsere Digital-Enthusiasten vereinen Expertise in den Bereichen Digital Transformation Strategy, MarTech-Plattformen, Kreation, User Experience (UX), Customer Relationship Management (CRM), Data, Commerce, Mobile und Content Management System (CMS). Gemeinsam inspirieren wir die digitale Transformation. We dream, we do, we deliver.

Durch die Zusammenführung von Namics, Isobar Schweiz und Österreich entstand im DACH-Raum ein führender Akteur im Bereich Customer Experience Management, datengetriebener Kreativität und Marketing-Technologie. Merkle verfügt über Niederlassungen in der Schweiz, Deutschland und Österreich sowie über Standorte in Tschechien, Serbien und Portugal. Im Jahr 2016 schloss sich Merkle dem Dentsu-Netzwerk an und ist seither die grösste Marke innerhalb der Gruppe. Für weitere Informationen besuchen Sie uns auf <http://www.merkle.com/dach/de> und folgen Sie uns auf [LinkedIn](#).

Über Dentsu

Dentsu ist das Netzwerk, das Zukunft gestaltet. Wir unterstützen unsere Kunden dabei, ihre innovativen Zukunftschancen zu planen, erfolgreich zu gestalten und in einem nachhaltigen Wirtschaftsumfeld neue Wege zu erschließen. Darüber hinaus nutzen wir unsere Erkenntnisse und Fähigkeiten nicht nur, um die Transformation von Unternehmen voranzutreiben, sondern auch, um Marke, Content, Business und Erfahrungen auf Basis moderner Kreativität miteinander zu verknüpfen.

Als Teil der Dentsu Group Inc. haben wir unseren Hauptsitz in Tokio (Japan). Unsere 72.000 Mitarbeiter sind weltweit in vier Regionen (Japan, Amerika, EMEA und APAC) tätig. Dentsu kombiniert japanische Innovation mit einer vielfältigen, globalen Perspektive, um das Wachstum seiner Kunden voranzutreiben und die Gesellschaft verantwortungsvoll mitzugestalten.

In der DACH-Region bieten wir mit über 3.200 engagierten Spezialisten an 21 Standorten die komplette Wertschöpfungskette der Marketing-Services an – mit unseren weltweit führenden Marken Carat, Dentsu Creative, dentsu X, iProspect und Merkle. www.dentsu.com