



Customer Data Platform

webalyse GmbH

webalyse



- > Consulting company for development and integration of strategies and technologies for digital marketing
- > webalyse was founded in 2010, has 20 employees in offices in Zug (Switzerland) Munich (Germany) and Bratislava (Slovakia)





Our focus topics

Digital Analytics

Requirements
Engineering

Implementation &
Integration

Dashboards &
Reporting

Data Interpretation

Personalization and Optimization

Customer Journey
Strategy

Hypothesis & ideas

Activation and
Learnings

Predictive content
positioning

Marketing Automation & Event triggered marketing

Use Cases

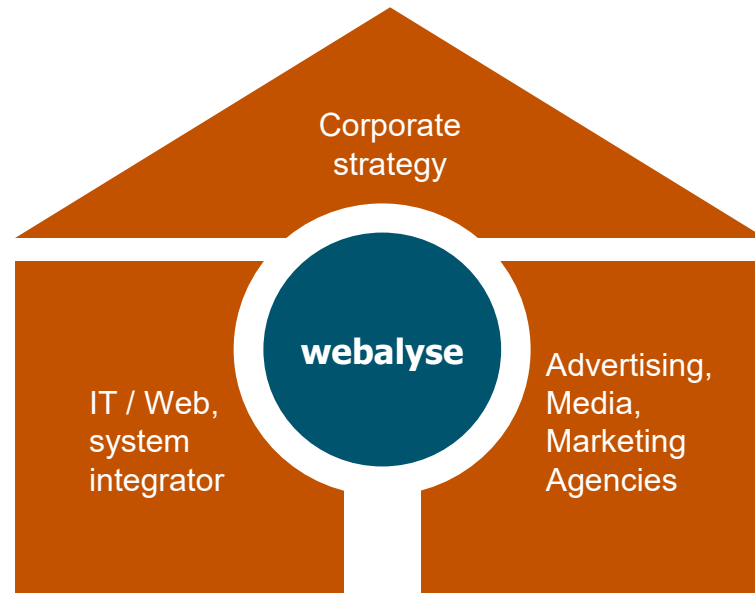
Implementation of APIs

Setup of events and
triggers

Campaigning



- > Consulting for Data-Driven business organizations and optimization based on Adobe Experience Cloud and the Adobe Experience Platform
- > Our Goal:
measurably increase the respective marketing, sales and service performance of our clients with methodical, analytical and technical skills



Responsibilities of webalyse at customers



Shortlist of our customers

Frankfurter Allgemeine
ZEITUNG FÜR DEUTSCHLAND



CREDIT SUISSE 



Allianz 
Suisse

sanitas

webalyse



„What are Needs or Pains in your Data Driven Business?“

Topics we are working with our clients:

Digital Analytics

- > **Technology**
 - Server Side Tracking
 - Adobe Analytics vs. Google Analytics

- > **Analytics Integration**
 - First-Party-Integration
 - Mobile App Analytics
 - From GA to AA Migration

- > **Quality Check**
 - Datalayer (XDM)
 - Core Web Vitals
 - Tracking Data

Customer Journey

- > **Online Surveys**
 - Net-Promoter-Score
 - CSAT-Score
 - Customer Feedback

- > **Online Marketing**
 - Ad ReTargeting
 - Facebook/Google Ads Pixels
 - SEO Support

- > **Data Analysis**
 - Dashboards
 - Data Interpretation
 - Marketing Campaigns

Personalization

- > **Customer Segments**
 - Best-Next-Offer
 - Audience Targeting
 - A-B-Testing

- > **Predict and Target**
 - Sensei AI-driven suggestions
 - Recommendation Engine
 - Auto-Allocate / Auto Target

- > **Optimization**
 - Adobe Target Serverside
 - Lead Generation/Nurturing
 - Page Speed Optimization

Marketing Automation

- > **Business Cases**
 - Win-Back
 - Call Deflection
 - Churn Prevention

- > **Event-Driven Actions**
 - Nurturing
 - OneClick Conversions

- > **Privacy**
 - Perfect Cookie Consent Layer
 - PII in the Cloud



eggsunimedia und webalyse - joint venture

eggsunimedia



webalyse

Gemeinsame Realisierung von Datadriven Multichannel Cases



“warum eine Customer Data Platform
alleine nicht die Lösung sein kann...”



Herausforderung: „One-size-fits-all marketing approach“

„A pressing need for profitable growth“

Top Concern in den C-Levels in 2024

Marketing Approach

> Leadgenerierung

> Customer Retention

> Cross-sell & Upsell

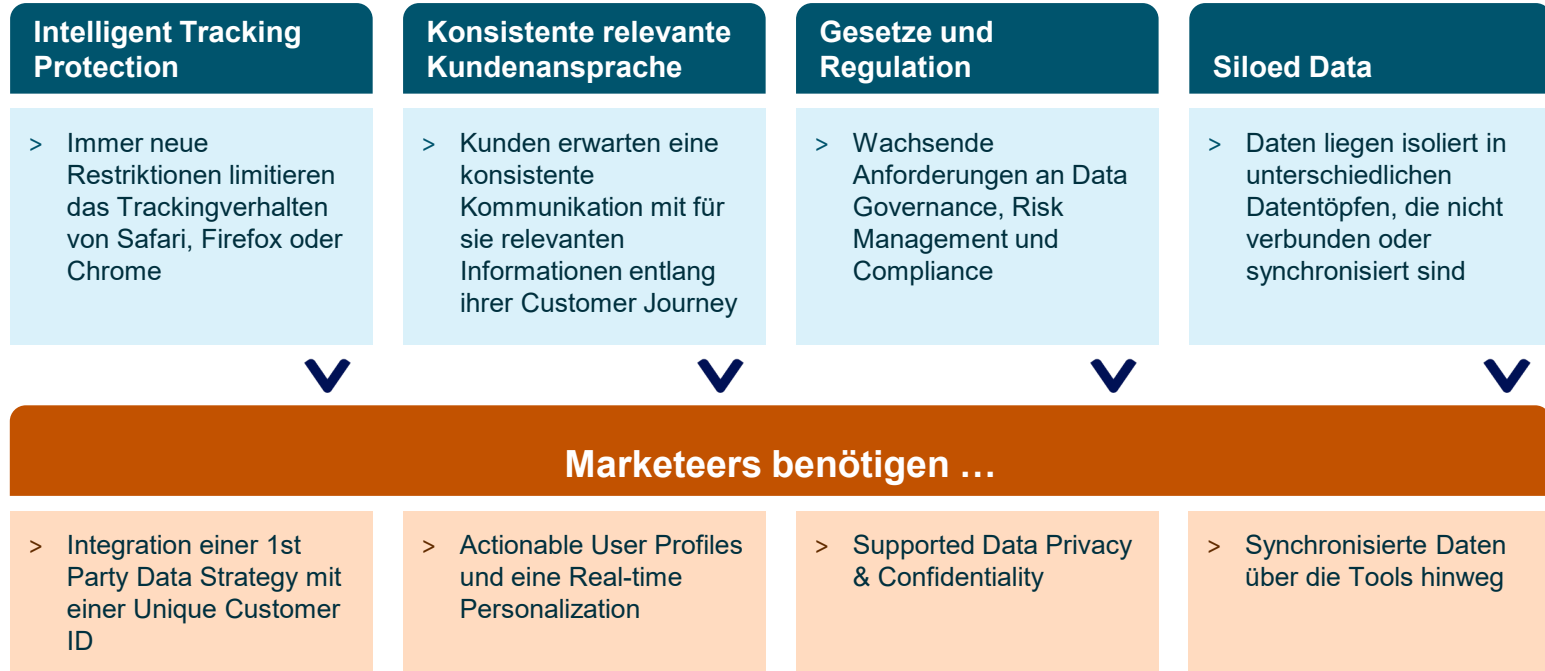
Problem

> “We have a one-size-fits-all marketing approach with very little personalization”

Source: IDC Worldwide C-Suite Survey, August 2023

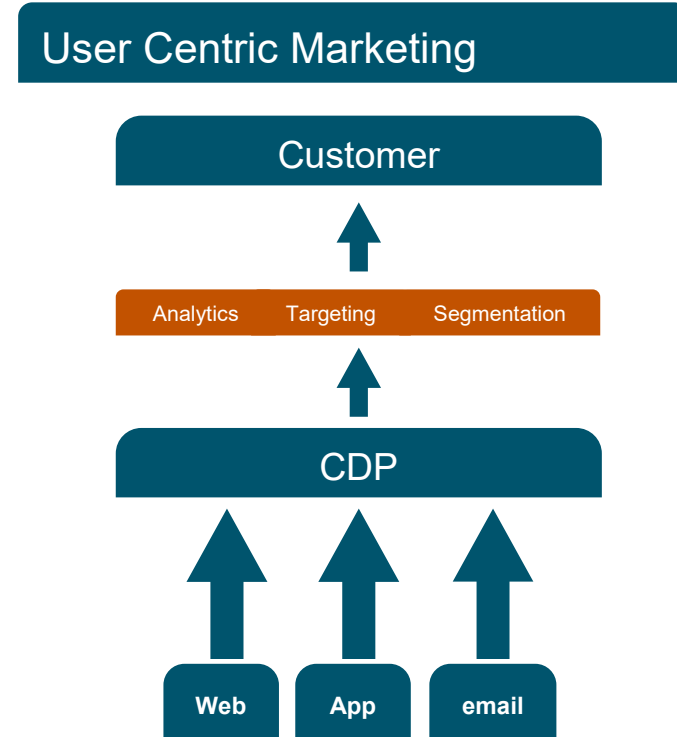
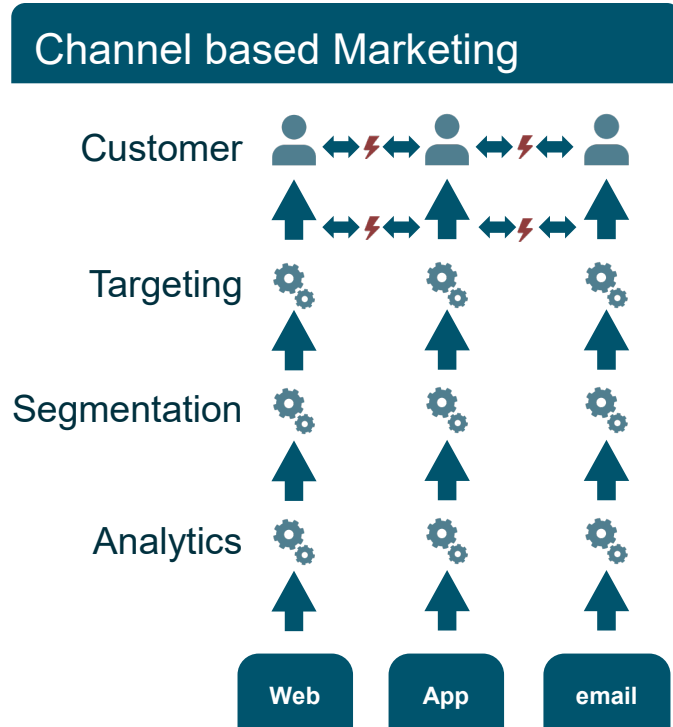


Weitere Herausforderungen im Digital Marketing





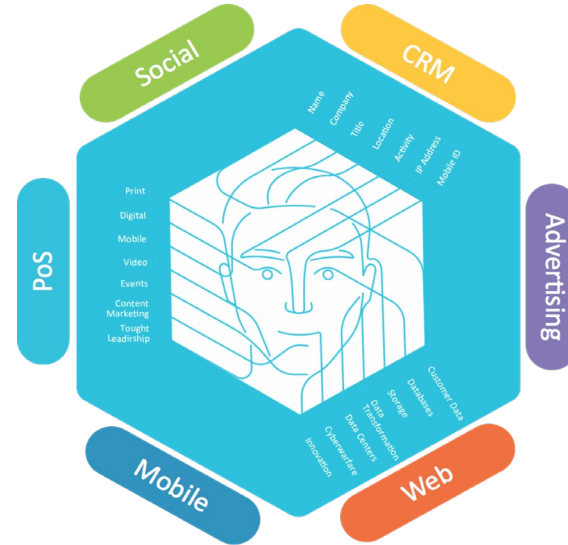
User Centric Marketing und Messaging





Goal: One Central Profile

- > Zusammenführen von Daten aus unterschiedlichen Data Silos über die Organisation hinweg
- > Verknüpfen mehrerer Kundendatenfragmente zu einer einheitlichen Ansicht des Kunden
- > “Real time” Customer Segmentierung basierend auf Kundenmerkmalen und Verhalten
- > Export und Importprozesse von Kundendaten in Umsysteme zur Weiternutzung



Big Data mit 360°-View auf meine Prospects und Kunden



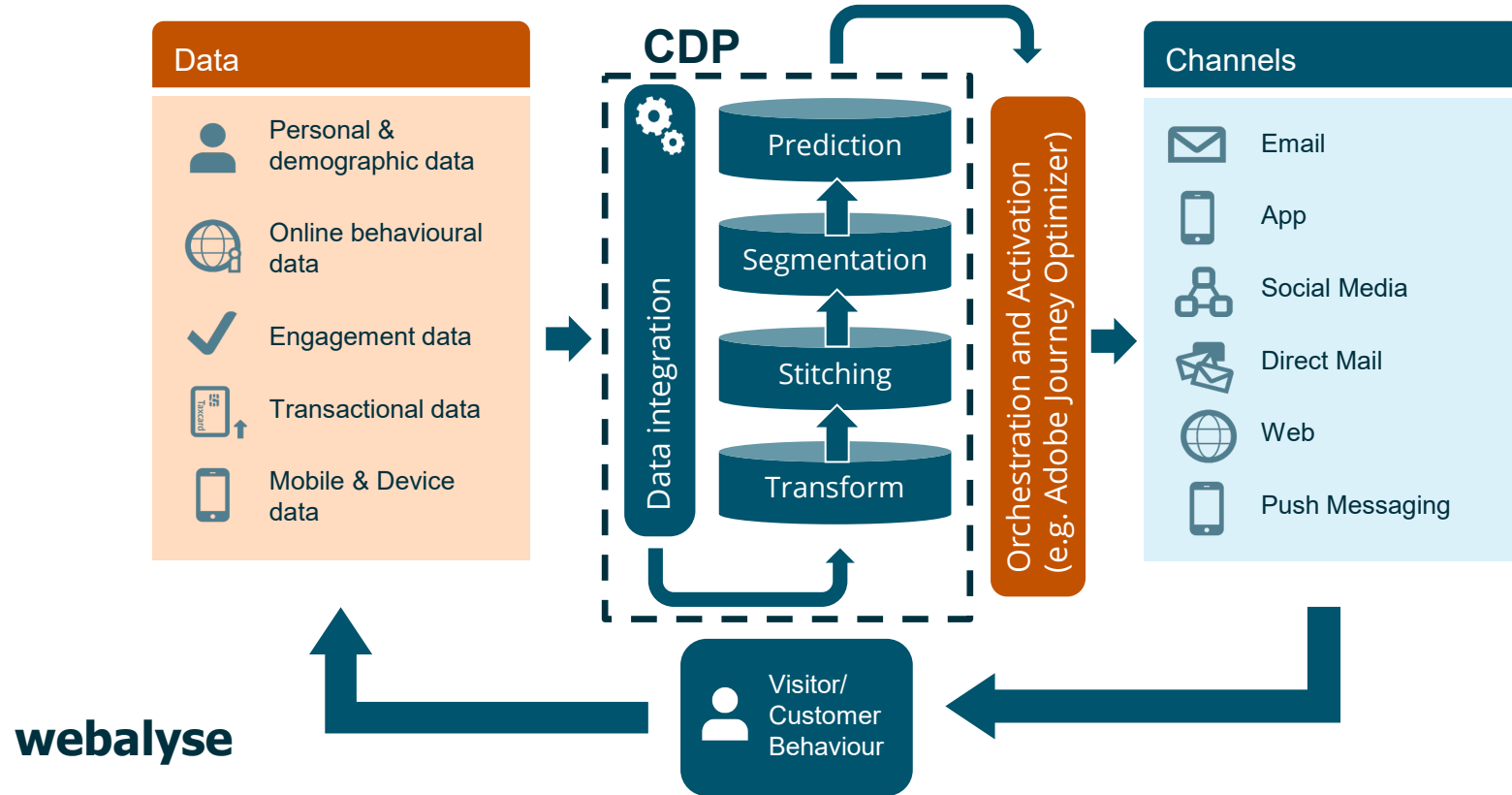


Gemeinsamkeiten und Unterschiede - Featurevergleich

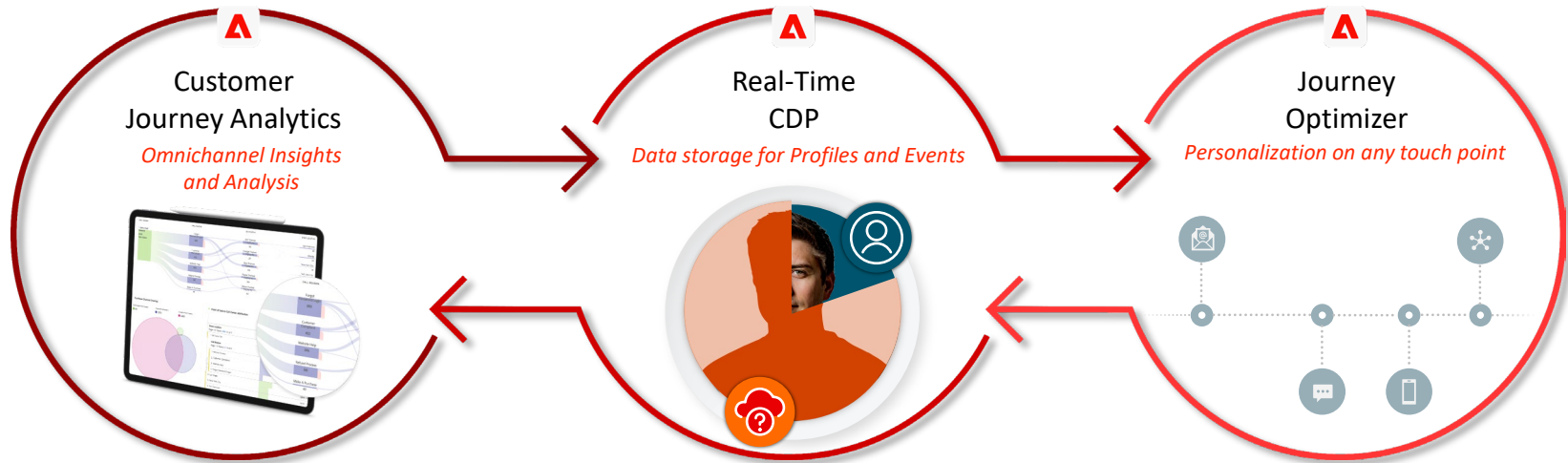
Feature	CDP	DMP	CRM
Holistic Customer Data	•		
Lasting Customer Profiles	•		•
Real-time Capability	•	•	
Open Platform	•	•	
Cross-channel Personalization	•		
Only Anonymized Data		•	
Identity Resolution	•		
Data priority: First Party	•		•
Data priority: Third Party		•	
Requires IT Support	•	•	•



Dataflow in Marketing Communication



Adobe Experience Platform



Adobe Experience Platform

SQL Query



AI & Machine Learning



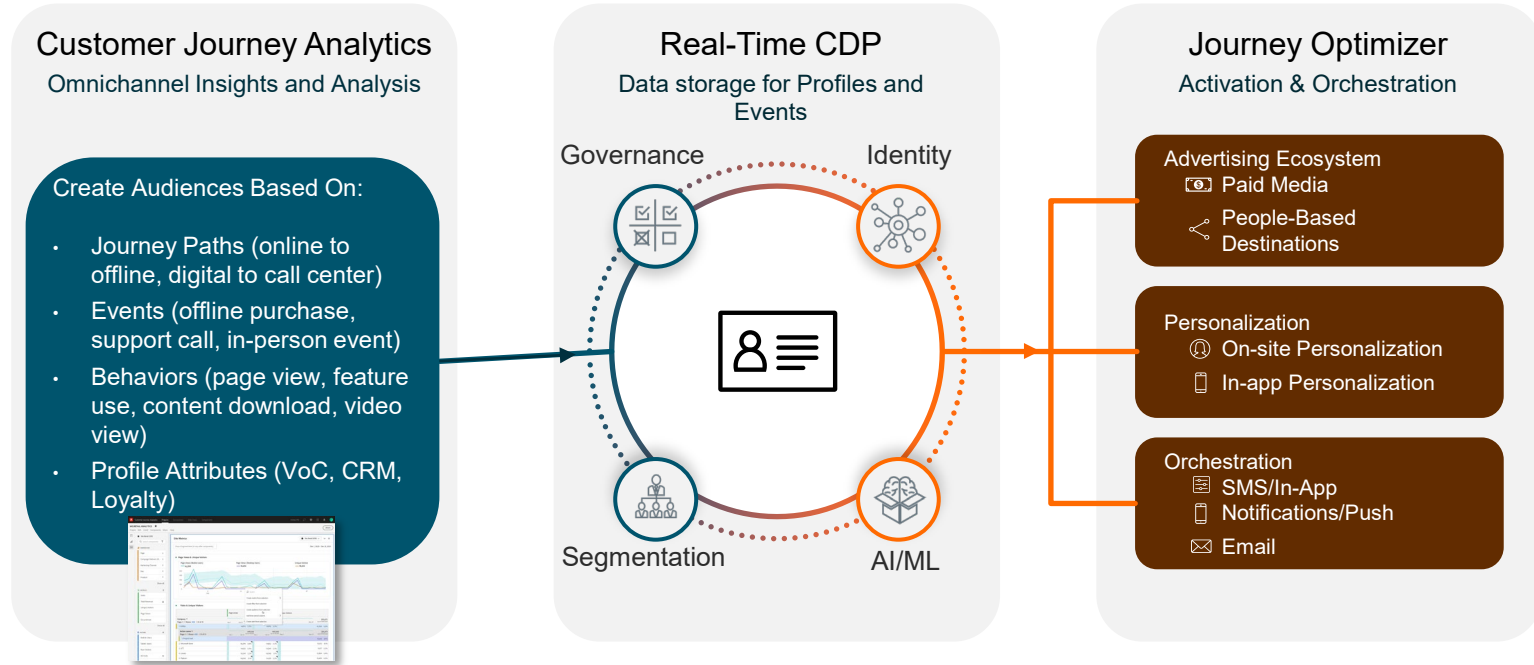
Open Ecosystem



Cloud Extensibility



Adobe Experience Platform





Cases zum Einsatz der AEP

Top Use Cases für die AEP

1. **ServerSide Tracking von Google Ads, Meta und LinkedIn**
Ich möchte weiterhin Retargeting von Website-Visitors in GoogleAds durchführen
2. **Cookieless future**
Ich möchte User unabhängig von Cookies tracken
3. **Operationalisierung aller Marketing- und Vertriebsdaten**
Ich möchte die Aufwände für die Zusammenführung und Analyse von Daten aus unterschiedlichen Kanälen reduzieren und während der Laufzeit von Kampagnen den Einfluss auf fremde Kanäle verstehen.
4. **Call-Center deflection**
Ich möchte Digital Analytics Daten mit Daten aus dem CallCenter verknüpfen, um zu verstehen, welche Website-Experiences zu Anrufen im CallCenter führen.
5. **Holistische Customer Journey A-/B-Tests**
Ich möchte die Reaktion von Kunden auf online und offline A-/B-Tests verstehen und den Uplift von Experimenten unterschiedlicher Kommunikationsarten und Kanälen auswerten.

Contact

webalyse marketing & consulting GmbH
Untermüli 11
CH-6300 Zug
www.webalyse.ch

webalyse GmbH
Institutstrasse 10a
DE-81241 München
www.webalyse.de

webalyse s.r.o.
Tolstého 5
SK-81106 Bratislava
www.webalyse.sk