

Für mehr Wow-Momente im Kundenmanagement: BSI hilft Unternehmen im Spannungsfeld von Speed vs. Perfection

Der Software-Hersteller BSI erweitert seine Customer Suite um starke Analytik- und Data-Management-Funktionen für tiefere Customer Insights.

Baden, 11. November 2020 – An seiner digitalen Kundenkonferenz am 3. und 4. November 2020 mit über 35 Experten- und Anwendervorträgen zu den Themen CRM, Customer Experience (CX) und Künstliche Intelligenz kamen virtuell rund 400 Gäste zusammen. In diesem Zuge wartete der CRM-Spezialist BSI gleich mit mehreren Neuerungen auf: Die Erweiterung seiner Customer Suite um starke Analytik- und Data-Management-Funktionen, neuer Webauftritt, Rückenwind vom Investor Capvis und der Stärkung des BSI Ökosystems dank zahlreicher Partner.

Der Software-Hersteller BSI hat sich der Customer Experience verschrieben. Um seine Kunden und deren Kunden stetig zu begeistern und das Kundenbeziehungsmanagement noch intelligenter zu machen, investiert BSI viel in die Produktentwicklung und in die Diskussion der Produkte-Roadmap mit seinen Kunden. 2019 lancierte BSI seine Artificial Intelligence Platform und zeigte, wie Unternehmen die Künstliche Intelligenz im Dialog mit Kunden und Leads gewinnbringend nutzen können. Am Customer Summit vergangene Woche präsentierte der CRM-Anbieter nun, seine neusten Errungenschaften im Umfeld von CRM und CX: Zum einen die Customer Data Plattform für ein wirkungsvolles Data Management und aussagekräftige 360°-Kundenprofile. Zum anderen führte er mit Customer Insights ein Instrument für Datenanalysen und starke Analytik ein, das den Fachabteilungen direkten Zugang zur Business Intelligence ermöglicht.

Datendrehscheibe für saubere Daten und aussagekräftige Kundenprofile

BSI hilft mit seiner Customer Data Platform aus der Cloud Unternehmen dabei, ein ganzheitliches Bild von ihren Leads und Kunden zu gewinnen. Daten aus verschiedenen Systemen werden in BSI in Echtzeit gesammelt und konsolidiert. Diese Datengrundlage bildet dann das Fundament für die Digitalisierung der Kundenbeziehung, starke Customer Insights für Marketing, Sales und Service sowie personalisierte Omnichannel-Kampagnen. «Die Customer Data Platform von BSI vereint die Vorteile von Master Data Management und CRM-System. Ihre Stärken: Eine konzernweite Kommunikationshistorie und die clevere Datenkonsolidierung und -Anreicherung» fasst Chris Rusche, Chief Product Officer (CPO), die Vorteile zusammen.

Von Datenintelligenz profitieren – Customer Insights von BSI

Sales, Marketing und Service bekommen mit Customer Insights von BSI ausserdem ein mächtiges und gleichzeitig intuitives Analytik-Werkzeug an die Hand. BSI bietet ihnen abteilungsübergreifend übersichtliche Reporting Dashboards und die Möglichkeit Entscheidungen datenbasiert abzustützen. Ausserdem können Marketing-, Sales- und Service-Verantwortliche über BSI direkt auf alle relevanten Kundendaten zugreifen, ohne den Umweg über das DWH- oder Business-Intelligence-Team gehen zu müssen. «Ein wirkungsvolles Kunden- und Lead-Management lebt von Customer Insights. Unternehmen müssen wissen, welche Massnahmen wirken und welche nicht», ist Urs Frick, führende Kraft der Produktentwicklung bei BSI, überzeugt.

BSI Customer Summit – Zwei Tage geballtes Expertenwissen

«Wow. Now.» lautete das Motto der diesjährigen Kundenkonferenz von BSI. Der Name war Programm: Die Expertenvorträge thematisierten, wie Unternehmen begeisternde Kundenerlebnisse schaffen können, aber auch, wie sie agil und resilient durch Krisenzeiten kommen. Den ersten Konferenztag eröffnete CPO Chris Rusche mit folgenden Worten: «Es ist mir fast etwas unangenehm, aber BSI geht es ausgezeichnet. Mit einem Wachstum von 12% haben wir ein Rekord-Halbjahr hinter uns. Viele investieren jetzt in ihre Kundenbeziehungen». Rusche betonte, dass Kundennähe besonders in unsicheren Zeiten essenziell sei. Es gehe darum, das Verhalten der Kunden genau zu beobachten, um zu verstehen, wie man ihnen individuell und bestmöglich dienen kann. Langfristig müssten Unternehmen aber auch lernen zu verstehen, wie sich das Verhalten und die Bedürfnisse der Kunden ändern, um Kundenzentrierung auch in Zukunft leben zu können. Und dabei seien Künstliche Intelligenz und starke Machine-Learning-Workflows unabdingbar, so Rusche. «Genau für diese Zukunftsherausforderungen ist BSI der passende Partner.»

Das bestätigten sowohl die zahlreichen Anwendervorträge von BSI Kunden wie ADAC, BEKB, VZ Depotbank, HDI, Hornbach und SWICA als auch die Experten-Inputs von Dennis Lück, dem am höchsten ausgezeichneten Kreativen der Schweiz, Nils Hafner, Professor für CRM, oder Robert Schuhmacher, einem Pionier des datengetriebenen Marketings. Markus Brunold, CEO von BSI, fasste die Mission von BSI am Customer Summit folgendermassen zusammen: «Wir bei BSI lieben Software und wir lieben unsere Kunden. Seit 25 Jahren machen wir Software für Menschen. Und das werden wir auch weiterhin tun. Durch stetige Produktinnovationen, einem starken Ökosystem und starken Partner sorgen wir dafür, dass Kundenherzen zu gewinnen zur schönsten aller unternehmerischen Aufgaben wird.»

Links

www.bsi-software.com/cdp

www.bsi-software.com/insights

Pressekontakt

Charlotte Malz, +41 417668633
charlotte.malz@bsi-software.com
BSI Business Systems Integration AG
Täferweg 1, CH-5405 Baden
www.bsi-software.com

Daniel Bastan, +49 89 628 175 11
WE Communications
dbastan@we-worldwide.com

Über BSI

Impress your customer – das ist unser Versprechen an Sie. Dank unseren smarten Softwarelösungen für Customer Relationship Management (CRM) und Marketing Automation erreichen Sie Leads und Kunden da, wo sie sind und begleiten sie durch die gesamte Customer Journey. Mit strukturierten Kundendaten, Künstlicher Intelligenz und echten Emotionen lassen sich Kundenherzen gewinnen. Bei BSI gehen Beratung, Software-Entwicklung und -Implementierung Hand in Hand. BSI bietet eine der führenden Omnichannel-Suiten im Markt und Lösungen von CRM über Customer Experience bis zu Data Management. Unsere Lösungen bieten eine breite Funktionalität und die nahtlose Anpassung an individuelle Kundenbedürfnisse – spezialisiert für Retail, Banking und Insurance. Das Ergebnis: Eine überraschend einfache und intuitive Bedienung sowie ein Experience Management, das Endkunden begeistert. BSI wurde 1996 in der Schweiz gegründet und beschäftigt über 338 Mitarbeiter an Standorten in Baar, Baden, Bern, Darmstadt, Düsseldorf, Hamburg, München und Zürich.