



Ervaringen optimaliseren met kunstmatige intelligentie.

Epson America combineert slimme analyses met machine learning voor een betere klantervaring met Adobe Experience Cloud.



“Adobe Sensei brengt verborgen patronen aan het licht, zodat we met Adobe Experience Cloud buitengewone klantervaringen kunnen creëren die voor meer leads, meer conversies en meer omzet zorgen.”

Scott Sturcke, Director Online Marketing Management bij Epson America

OPLOSSING

Adobe Experience Cloud, inclusief de Adobe Analytics-oplossing binnen Adobe Analytics Cloud en de Adobe Target-oplossing binnen Adobe Marketing Cloud
Adobe Sensei
Adobe Customer Solutions

RESULTATEN



ONTDEKT patronen in klantgedrag



Resultaten van eerste testen **LEVERDEN GENOEG OP** om het hele eerste jaar van Adobe Target te financieren



Versnelt identificatie van anomaliedetectie met **KUNSTMATIGE INTELLIGENTIE**



Mogelijkheid om gegevens te delen via **REAL-TIME** dashboards



Epson America, Inc.

Opgericht in 1975

Long Beach, CA

www.epson.com

UITDAGINGEN

- Online ervaring voor uiteenlopende klanten en verkoopcycli verbeteren
- Online fouten signaleren en oplossen om de conversie en websiteprestaties te verbeteren
- Campagnes en digitale ervaringen optimaliseren met behulp van datagestuurde testen

GEBRUIKSSCENARIO'S

- Customer Intelligence
- Conversion Rate Optimization

Precisieproducten voor alle doelgroepen

Wanneer mensen de naam Epson horen, zullen de meesten denken aan betrouwbare printers voor thuis- of zakelijk gebruik. Epson is echter veel meer dan dat. De Seiko Epson Group begon in 1942 als fabrikant van horlogeonderdelen en kan bogen op een lange traditie in precisieproductie voor de ontwikkeling van efficiënte en geavanceerde producten. Epson maakt niet alleen printers, maar is ook 's werelds belangrijkste leverancier van projectoren. Daarnaast ontwikkelt en maakt het bedrijf onder andere scanners, wearables en robots voor thuisgebruik en commerciële en industriële toepassingen.

Door het brede assortiment krijgt de website van Epson America ook een breed scala aan bezoekers. Dit kunnen consumenten zijn die even snel een inktcartridge voor hun thuisprinter willen kopen, maar ook technologie-inkopers voor scholengemeenschappen die honderden klaslokalen met Epson-projectoren willen uitrusten. Terwijl consumenten doorgaans meteen afrekenen, kunnen zakelijke klanten te maken hebben met een lange verkoopcyclus waarbij de aankoopbeslissing maanden op zich kan laten wachten.

Marketeers, productmanagers en andere besluitvormers bij Epson moeten weten hoe succesvol de producten en campagnes voor de verschillende soorten klanten zijn om de conversie en het aantal leads te kunnen verhogen. Dat is de reden waarom het bedrijf al lang gebruikmaakt van Adobe Analytics, een oplossing binnen Adobe Analytics Cloud, onderdeel van Adobe Experience Cloud, om rijke, real-time data aan te leveren. Nadat Epson zijn website had overgezet op het SAP Hybris-platform, heeft het zijn gebruik van Adobe Experience Cloud uitgebreid met een nieuwe herimplementatie van Adobe Analytics en de toevoeging van Adobe Target, een oplossing die deel uitmaakt van Adobe Marketing Cloud.

Adobe Analytics en Adobe Target werken samen om Epson de informatie te geven die het bedrijf nodig heeft om inzichten te vergaren en de ervaringen voor al zijn klanten te optimaliseren. Met Adobe Sensei, Adobe's raamwerk voor kunstmatige intelligentie en machine learning, worden de functies van Analytics en Target verder uitgebreid om eentonige processen te versnellen en gemakkelijker dan ooit afwijkingen te signaleren.

“Dankzij de door Adobe Sensei aangestuurde functies kunnen we nog meer met onze Adobe Experience Cloud-implementatie doen en vinden we zwakke punten, zodat we een sterkere digitale ervaring voor al onze klanten kunnen creëren”, vertelt Scott Sturcke, Director Online Marketing Management bij Epson America.

“Met Adobe Analytics kunnen we het klanttraject volgen en marketeers meer actiegerichte terugkoppeling geven over het daadwerkelijke succes van campagnes in de vorm van conversies of leads.”

“De anomaliedetectiefunctie vertelt ons precies waar en wanneer er problemen optreden, zodat we snel kunnen ingrijpen en de impact op de conversie en leads tot een minimum kunnen beperken.”

Scott Sturcke, Director Online Marketing Management bij Epson America

Datagestuurde beslissingen op basis van informatie

Met Adobe Analytics kan Epson het functioneren van de website in de gaten houden, campagnes volgen en diep in data duiken om nauwkeurige KPI-metingen aan te leveren. Adobe Analytics verwerkt data voor marketingcampagnes vanuit verschillende kanalen om marketeers een duidelijk beeld van het succes van campagnes te geven. De kanalen omvatten niet alleen websites en mobiele websites, maar ook display, e-mail en paid search.

“Marketeers kijken vaak alleen naar het aantal klikken dat een campagne heeft gegenereerd, maar dat is eigenlijk geen goede graadmeter voor de prestaties”, aldus Sturcke. “Met Adobe Analytics kunnen we het klanttraject volgen en marketeers meer actiegerichte terugkoppeling geven over het daadwerkelijke succes van campagnes in de vorm van conversies of leads.”

Met Analysis Workspace gebruikt Epson complexe real-time gegevens en analyses op een flexibel dashboard. Dankzij Analysis Workspace kan het team snel tussen weergaven schakelen en real-time gegevens delen met de stakeholders.

“Door de mogelijkheid om dashboards te laden en belangrijke online gebeurtenissen in real-time te volgen, zijn de activiteiten van het team beter gestroomlijnd en meer prestatiegericht”, aldus Sturcke. “Of het nu om Black Friday of om de lancering van een bijgewerkte website gaat, met Adobe Analytics kunnen we in real-time de prestaties volgen en fouten opsporen.”

Kunstmatige intelligentie voor diagnoses

Epson gebruikt niet alleen real-time dashboards om beter zicht op problemen te krijgen. Bij de functie Anomaly Detection binnen Adobe Analytics, die door Adobe Sensei wordt aangestuurd, leert het systeem aan de hand van acties, fouten en conversie om onverwacht websitegedrag te herkennen.

Als het websitegedrag afwijkt van het verwachte gedrag, wordt automatisch alarm geslagen en kunnen ontwikkelaars het probleem lokaliseren met de functie Contribution Analysis, die door Adobe Sensei wordt aangestuurd. Bij afwijkingen kan het gaan om het plotseling teruglopen van het verkeer, de vermelding van een specifieke foutcode, of klanten die de website allemaal op hetzelfde punt verlaten.

“Websitefouten zijn soms lastig op te sporen en nog lastiger om te repliceren”, zegt Sturcke. “De anomaliedetectiefunctie vertelt ons precies waar en wanneer er problemen optreden, zodat we snel kunnen ingrijpen en de impact op de conversie en leads tot een minimum kunnen beperken. Door problemen sneller te signaleren en op te lossen, leveren we een betere klantervaring, terwijl we minder tijd kwijt zijn aan het opsporen van fouten.”

“Door Adobe Analytics en Adobe Target samen te gebruiken, kunnen we de testgegevens verder bestuderen en slimme beslissingen nemen waarmee we de online ervaring voor onze klanten kunnen optimaliseren.”

“Adobe Customer Solutions is geweldig geweest: ze hebben best practices aangedragen en ons geadviseerd hoe we onze opzet kunnen verbeteren om de gegevens te vinden die we nodig hebben.”

Scott Sturcke, Director Online Marketing Management bij Epson America

Toen Epson zijn website naar het nieuwe webplatform had overgezet, heeft het Anomaly Detection gebruikt om onverwachte verkeerspieken of -dalingen te detecteren. Plotselinge veranderingen in het verkeer zouden kunnen duiden op niet-werkende koppelingen, onjuiste doorverwijzingen of oude koppelingen in marketingcampagnes.

Hoewel Epson de anomaliedetectie nu gebruikt om fouten vóór te blijven, wil het bedrijf de inzichten uit de machine learning van Adobe Sensei gebruiken om positieve resultaten te detecteren, zoals plotselinge pieken in de omzet, het verkeer of het aantal leads na de lancering van een nieuwe campagne.

“Adobe is al lang een technologieleider. Met Adobe Sensei kunnen we de kracht van machine learning gebruiken om slimmer te werken en proactiever te zijn in onze digitale aanpak”, licht Sturcke toe. “We kunnen ons concentreren op het optimaliseren van de klantervaring, zodat we de concurrentie voor kunnen blijven.”

Ervaringen optimaliseren met Adobe Target

Met de rijke data uit Adobe Analytics binnen handbereik is Epson overgegaan op het testen en optimaliseren van zijn website met Adobe Target. “Een van de redenen waarom we graag met Adobe Analytics blijven werken, is dat het goed met andere tools samenwerkt”, legt Sturcke uit. “Het ligt voor de hand dat Adobe Analytics en Adobe Target goed samenwerken, maar de Adobe-oplossingen werken ook net zo goed samen met onze tools van andere platforms, zoals SAP Hybris voor e-commerce, tagmanager, contentmanagement en doelgroepsegmentering, en onze tools voor sessie-replays. Adobe Experience Cloud geeft ons de vrijheid om de tools te kiezen die voor ons handig zijn, zonder dat we de voordelen van naadloze workflows hoeven op te geven.”

Door met Adobe Analytics het afrekenetraject van de klant onder de loep te nemen, ontdekte Epson dat veel klanten de website verlieten op de pagina waar ze moesten aangeven of ze een gast of terugkerende klant waren. Het bedrijf vermoedde dat de indeling van de pagina verwarrend was, waardoor klanten hun gegevens in zowel het gedeelte voor gasten als het gedeelte voor terugkerende klanten invulden. Daardoor konden ze hun bestelling niet afrekenen en verdwenen ze gewoon van de website.

Het bedrijf testte dit vermoeden door met Adobe Target de bestaande indeling na te bouwen en te testen aan de hand van twee varianten met duidelijke, aparte velden voor gasten en terugkerende klanten. Al na één week realiseerde Epson zich dat de twee nieuwe testversies consequent veel beter presteerden dan de oude versie van de webpagina. Epson heeft daarop de oude versie van de webpagina meteen uit de test verwijderd. Het bedrijf test nu of klanten positiever reageren als ze als gast aan de linker- of rechterkant van de pagina afrekenen.

DE OPLOSSING IN HET KORT

Adobe Experience Cloud, inclusief:

Adobe Analytics Cloud

- Adobe Analytics
 - Analysis Workspace
 - Anomaly Detection, aangestuurd door Adobe Sensei
 - Contribution Analysis, aangestuurd door Adobe Sensei

Adobe Marketing Cloud

- Adobe Target
 - AB Testing

Adobe Customer Solutions

“Dankzij de informatie uit onze eerste test is de conversie zo sterk gestegen dat we de kosten van de Adobe-oplossing er meteen voor het hele eerste jaar uit hebben”, aldus Sturcke. “Door Adobe Analytics en Adobe Target samen te gebruiken, kunnen we de testgegevens verder bestuderen en slimme beslissingen nemen waarmee we de online ervaring voor onze klanten kunnen optimaliseren.”

Epson blijft zijn gebruik van Adobe Experience Cloud verder uitbreiden. “Met Adobe Target kunnen we de kloof tussen testen en personaliseren overbruggen: op basis van onze kennis over onze bezoekers kunnen we de juiste ervaringen aanbieden en zo meer leads genereren en onze marketingcampagnes verbeteren”, vertelt Sturcke. De door Adobe Sensei aangestuurde functies helpen Epson om potentiële valkuilen te signaleren en sterkere ervaringen voor zijn klanten te creëren — of de verkoopcyclus van de klant nu twee minuten of twee jaar duurt.

Adobe Customer Solutions heeft tijdens de herimplementatie met Epson samengewerkt, en de consultants blijven Epson helpen om het meeste uit zijn testprogramma te halen.

“Adobe Customer Solutions is geweldig geweest: ze hebben best practices aangedragen en ons geadviseerd hoe we onze opzet kunnen verbeteren om de gegevens te vinden die we nodig hebben”, aldus Sturcke. “Met name onze Adobe-consultant heeft een belangrijke rol gespeeld bij de implementatie van Adobe Target. Ze heeft ons geholpen bij het definiëren van de drempels en gegevens die we nodig hebben om vast te stellen wat succesvolle testresultaten zijn. Ze is niet slechts een technisch deskundige, maar een behulpzame partner die regelmatig nieuwe ideeën en voorbeelden aandraagt. “Adobe Sensei brengt verborgen patronen aan het licht, zodat we met Adobe Experience Cloud buitengewone klantervaringen kunnen creëren die voor meer leads, meer conversies en meer omzet zorgen.”

Meer informatie

www.adobe.com/nl/data-analytics-cloud.html

www.adobe.com/nl/sensei.html

www.adobe.com/nl/marketing-cloud.html

[www.adobe.com/nl/experience-cloud/
service-support/consulting-services.html](http://www.adobe.com/nl/experience-cloud/service-support/consulting-services.html)



Adobe Systems Incorporated
345 Park Avenue
San Jose, CA 95110-2704
USA

www.adobe.com, www.adobe.com/nl, www.adobe.com/be