

Cross- und Up-Selling-Chancen aus eingehenden Kundenanfragen maximal ausschöpfen mit Portrait Interaction Optimizer V.5

Die neue Version der erfolgreichen PBBI-Lösung bietet mehr Agilität für die Anwender und hilft Unternehmen dabei, von eingehenden Kundenkontakten zu profitieren

Windsor/ München, 08. November 2011 – [Pitney Bowes Business Insight](#) (PBBI), ein führender Anbieter von Softwarelösungen und Dienstleistungen in den Bereichen Location Intelligence, Datenmanagement, Customer Analytics sowie Customer Communication Management (CCM), lanciert das neueste Update seiner erfolgreichen Lösung [Portrait Interaction Optimizer](#). Die Applikation unterstützt Unternehmen dabei, eingehende Kundeninteraktionen für eine Verbesserung der Kundenbindung und eine Steigerung der Umsätze zu nutzen.

Portrait Interaction Optimizer ermöglicht die duplizierungsfreie Verknüpfung von Daten, die in separaten Geschäftseinheiten und auf unterschiedlichen Kanälen vorliegen. Dabei können mehrere Kundenkanäle in einer zentralen Ansicht verwaltet werden. Durch analysegestützte Empfehlungen ist die Kundeninteraktion nicht länger auf Vermutungen gestützt, sondern wird wesentlich zielgerichteter. Kontextsensitive Funktionen leiten bspw. Call-Center-Agenten während der gesamten Interaktion mit den Kunden.

Neben einer schnelleren Implementierung, inklusive einer Cloud-Option, bietet die Version 5.0 ein integriertes Terminplanungs- und Aufgabenmanagement und sorgt so für effizientere Prozesse bei der Planung und Zusammenarbeit. Weitere Pluspunkte sind die übersichtliche und intuitive Benutzeroberfläche, der Ausbau und die nahtlose Verbindung der Inbound/Outbound-Funktion, die Möglichkeit zur Personalisierung der Angebote sowie erhebliche Performanzsteigerungen.

Nach Meinung des größten nordeuropäischen IT-Dienstleisters, Tieto, ist die neue Benutzeroberfläche perfekt geeignet, um schnellere Analysen durchzuführen und sämtliche ein- und ausgehenden Kundeninteraktionen in Echtzeit mit fundierten Empfehlungen für die weitere Kommunikation zu unterstützen.

„Die neue Benutzeroberfläche verleiht unseren Marketingexperten erheblich mehr Agilität und ermöglicht ihnen – sehr viel einfacher als bisher – Echtzeitempfehlungen direkt umzusetzen, ohne hierfür IT-Unterstützung einholen zu müssen“, erläutert Oedse de Boer, Director of Operations bei Tieto. „Eingabeaufforderungen sind benutzerfreundlich in Form von Token umgesetzt, und die Anwender haben einen Datenzugriff in Echtzeit. Durch die Kopplung mit der ebenfalls in Echtzeit möglichen Bewertung jedes einzelnen Verbrauchers anhand prädiktiver Modellierung ist sichergestellt, dass nicht nur die relevanteste Message an den Kunden gebracht wird, sondern auch diejenige, die dieser mit der größten Wahrscheinlichkeit akzeptiert“.

Die wichtigsten Features der Version 5 auf einen Blick:

- **Erweiterte Verbindung der Inbound/Outbound-Funktion:** Durch die nahtlose Verschmelzung der Umgebungen für ein- und ausgehende Interaktionen können nun dieselben zugrundeliegenden Komponenten, Metadaten und sogar dieselbe Benutzeroberfläche verwendet werden.
- **Überlegene Angebotspersonalisierung:** In Form von Token umgesetzte Eingabeaufforderungen ermöglichen die Erstellung von hochgradig personalisierten Angebotsinhalten.
- **Höhere Performance:** Die bis zu vier Mal höhere Verarbeitungsgeschwindigkeit führt zu einer bis zu dreifach höheren Durchsatzrate und damit zu einer deutlich verbesserten Skalierbarkeit.
- **Schnellere Implementierung:** Zahlreiche Implementierungsoptionen, darunter auch eine Cloud-Option, verkürzen den Implementierungszeitraum.
- **Effizientere Planungs- und Kollaborationsprozesse:** Integrierte Funktionen für die Kampagnen-Terminplanung und das Aufgabenmanagement steigern die Effizienz.

Kieran Kilmartin, Marketing Director EMEA bei Pitney Bowes Business Insight, zu den Vorteilen der neuen Version: „Mit diesem Upgrade können Unternehmen ihre Mitarbeiter an den Inbound-Kontaktstellen mit kundenzentrierter Intelligenz unterstützen und mittels genauer Analysen für jeden Kunden die am besten geeignete nächste Aktion ermitteln – unabhängig davon, wo und wann die jeweilige Interaktion stattfindet. Genau darin liegt der Schlüssel zu einem effektiven Up- und Cross-Selling und zu einem erstklassigen Kundenservice.“

Über Pitney Bowes Business Insight

Pitney Bowes Business Insight (PBBI), der Softwarebereich von Pitney Bowes Inc., liefert als Lösungsanbieter leistungsfähige Software und Dienstleistungen, um Unternehmen und Institutionen bei der Kundengewinnung und -bindung sowie beim Auf- und Ausbau nachhaltiger Geschäftsbeziehungen zu unterstützen. Durch die Integration von Datenmanagement, Location Intelligence, Kundenkommunikations- und ausgefeilten Predictive Analytics-Lösungen unterstützt PBBI den Aufbau dauerhafter Kundenbeziehung. Die Anwendungen reduzieren die Kosten und fördern gleichzeitig die operative Leistungsfähigkeit.

Pitney Bowes Business Insight ist ein hundertprozentiges Tochterunternehmen der Pitney Bowes Inc (NYSE: PBI), einem der Marktführer im Bereich Customer Communication Management. Weitere Informationen finden Sie unter: <http://www.pbinsight.de> und <http://www.pb.com>.

Pressekontakt PBBI Deutschland:

GlobalCom PR-Network GmbH
Wibke Sonderkamp / Martin Uffmann
Münchener Str. 14
85748 Garching
Tel. +49 89 360 363-40 /-41
wibke@gcpr.net / martin@gcpr.net
www.gcpr.net