



IBM Smarter Commerce Global Summit, Nashville: Dr. Watson als Einkaufsberater

IBM Smarter Commerce Global Summit, Nashville: Dr. Watson als Einkaufsberater
Handels-Vorsprung dank Big Data, Mobile, Cloud Computing und Social
Auf dem ersten IBM Smarter Commerce Global Summit in Nashville zeigt IBM diese Woche eine Reihe neuer Lösungen, Marktstudien und Referenzen rund um die Themen Big Data, Cloud Computing, Mobilität und Social Business. Mit Hilfe der modernen Technologien können Unternehmen ihre Kundenbindung verbessern, die Lieferkette beschleunigen und Gewinne steigern. Event-Highlight: Zum ersten Mal stellt IBM auch die Watson-Technologien in den Dienst von Smarter Commerce. Mehr als 3.000 Teilnehmer aus der ganzen Welt sind dieses Jahr auf dem IBM Smarter Commerce Gipfel in Nashville zusammengekommen. Auf der Konferenz erfahren sie, wie sie mit Hilfe von Smarter Commerce ihre Unternehmen weiterentwickeln können. Zum Beispiel lernen die Teilnehmer, wie sie Waren effizienter einkaufen oder eigene Leistungen smarter vermarkten können. Watson und MobileFirst - Technologie-Innovationen
Einen Durchbruch im Bereich kognitives Computing stellt der neue IBM Watson-Engagement Advisor dar. Dabei handelt es sich um einen intelligenten digitalen Einkaufsberater, mit dem sich Konsumenten in natürlicher Sprache zu ihrem Einkauf beraten lassen können. Das System lernt dabei aus den Interaktionen und gibt Einkaufs-Tipps oder löst Probleme. Schneller, genauer und personalisierter Kundenservice wird damit möglich. Der IBM Watson-Engagement Advisor basiert auf Technologien, die vor zwei Jahren die besten menschlichen Gegner in der bekannten Quiz-Show Jeopardy! besiegte. Ebenfalls im Zusammenhang von IBM Smarter Commerce stehen einige kürzliche MobileFirst-Innovationen: So umfasst Tealeaf ab sofort auch IBM Worklight, wodurch Unternehmen schneller mobile Apps zur Verbesserung des Kundenerlebnisses entwickeln können. Darüber hinaus ist auch IBM WebSphere Commerce für Tealeaf vorintegriert. Zudem gibt es jetzt auch mobile Versionen der Emptoris Procurement-Lösungen sowie von Digital Marketing, Web Analytics und WebSphere Commerce. Schließlich demonstriert IBM Research eine neue Technologie namens "Presence Zone", mit der Kundenverhalten und -vorlieben analysiert und für eine personalisierte Cross-Channel-Kundenerfahrung genutzt werden können. Rezepte erfolgreicher CPOs und CMOs - neue Marktstudien
Zudem stellt das IBM Institute of Business Value auf dem Summit die Ergebnisse der größten jemals durchgeführten Procurement-Studie vor. Diese hat ergeben, dass die erfolgreichsten unter den Chefeinkäufern (Chief Procurement Officers, CPOs) an Einfluss in der Führungsetage gewinnen. So zeigt die Studie, dass die erfolgreichen CPOs einen Profit von 7.12 Prozent verbuchen können, während die weniger erfolgreichen auf lediglich 5.83 Prozent kommen. Auch eine Umfrage unter Marketing-Profis hat IBM vor kurzem durchgeführt. Diese zeigt, dass führende Marketers sich von anderen unterscheiden, indem sie Big Data verarbeiten und personalisierte Marketing-Kampagnen durchführen. Vernachlässigen die CMOs diese Themen, laufen sie Gefahr, viel Geld wegen schlechter Kundenerfahrung zu verlieren - und zwar über 83 Milliarden US-Dollar. Die Top-Marketers passen außerdem Angebote in Echtzeit an Kundenwünsche an und nutzen Social Media und mobile Kanäle, um sich besser mit ihren Kunden zu vernetzen. Danone, CEVA, LOreal, Security First - Branchen-Beispiele
Auf der Konferenz stellt IBM zudem zahlreiche neue Kundenreferenzen aus verschiedenen Branchen vor: Beispielsweise hat CEVA Logistics eine Lösung aus dem IBM SmartCloud-Portfolio für den Informationsaustausch in der Lieferkette eingeführt. CEVA Logistics schätzt, dass sie damit IT-Kosten von 5 Prozent aufwärts über die nächsten vier Jahre sparen wird. Auch Danone arbeitet mit cloudbasierten Predictive-Technologien von IBM, um smartere Preis- und Promotion-Entscheidungen treffen zu können. Der Joghurt-Hersteller kann durch integrierte, auf Analysen basierende Planungs-Lösung in Echtzeit Preise an Marktgegebenheiten anpassen. Außerdem hat das Unternehmen seine Prognosefähigkeit von 78 auf 98 Prozent verbessert. LOreal USA nutzt eine cloudbasierte Analytics-Lösung von IBM, um den Einkauf von US-amerikanischen Lieferanten zu verbessern. Der neue Service wird es dem Unternehmen ermöglichen, Schönheitsprodukte schneller und effizienter zum Konsumenten zu bringen. Zudem baut das Versicherungsunternehmen Security First Insurance aus Ormond Beach, USA, auf eine IBM Smarter Commerce-Lösung, um die Ansprüche von Sturmopfern schneller bearbeiten zu können. 2.200 Zertifizierungen - wachsendes Ökosystem
IBM gewährt seinen Business Partnern für ein Jahr freien Zugang zu der cloudbasierten IBM Marketing Center-Lösung. Das Marketing Center hilft Unternehmen, mit Hilfe von Big Data Verhaltensmuster von Kunden zu identifizieren. Die Anwender können damit Daten zu Interaktionen über Web-, Mobil-, oder Digital-Kanäle auswerten und auf Basis der gewonnenen Erkenntnisse ihre Strategien anpassen. Im letzten Jahr haben 300 Partner ihre Smarter Commerce-Skills ausgebaut, allein im ersten Quartal 2013 gab es 2.200 Einzelzertifizierungen. An neuen Partnern sind zum Beispiel COE, Oxford Consulting, Royal Cyber, SapientNitro und CEBS hinzugekommen. Diamonds for ever - Summit in Monaco
Vom 18.-20. Juni findet unter dem Motto "Smarter Commerce: Your customer in context" der Smarter Commerce Global Summit 2013 in Monaco statt. Die europäische Top-Veranstaltung mit über 2000 Entscheidern und Praktikern aus den Bereichen Marketing, Vertrieb, Einkauf und Supply Chain präsentiert Trends, Innovationen und neueste Technologien. Keynote Speaker Sir Terry Leahy (ehemaliger CEO von Tesco) diskutiert in seinem Vortrag die Möglichkeiten zur Kundenbindung. So führte er erstmalig die Kundenkarte, TescoClub, ein, welche heutzutage wertvolle Einblicke in die Einkaufsgewohnheiten von mehr als der Hälfte aller Haushalte in Großbritannien bietet. Auch Jeremy Gutsche, Gründer von TrendHunter.com, des weltweit größten Portals für Trends und Gründungsideen, stellt in seinem Vortrag Thesen vor, um die eigene Unternehmenskultur zu verändern und offen für Innovation zu werden. Weitere Informationen zu IBM Smarter Commerce: www.ibm.com/smarterplanet/us/en/smarter_commerce/overview/ Weitere Informationen zur Veranstaltung in Monaco finden Sie unter: <https://www.ibm.com/software/commerce/summit/monaco/> IBM Deutschland GmbH (Hauptverwaltung) IBM-Allee 1 71137 Ehningen Deutschland Telefon: +49 800 225 5426 Telefax: +49 7032 15 3777 Mail: halloibm@de.ibm.com URL: <http://www.ibm.de> 

Pressekontakt

IBM Deutschland

71137 Ehningen

ibm.de
halloibm@de.ibm.com

Firmenkontakt

IBM Deutschland

71137 Ehningen

ibm.de

halloibm@de.ibm.com

IBM gehört mit einem Umsatz von 95,8 Milliarden US-Dollar im Jahr 2009 zu den weltweit größten Anbietern im Bereich Informationstechnologie (Hardware, Software und Services) und B2B-Lösungen. Das Unternehmen beschäftigt derzeit 399.400 Mitarbeiter und ist in über 170 Ländern aktiv. Die IBM in Deutschland mit Hauptsitz bei Stuttgart ist die größte Landesgesellschaft in Europa. Mehr Informationen über IBM unter: ibm.com/de/ibm/unternehmen/index.html IBM ist heute das einzige Unternehmen in der IT-Branche, das seinen Kunden die komplette Produktpalette an fortschrittlicher Informationstechnologie anbietet: Von der Hardware, Software über Dienstleistungen und komplexen Anwendungslösungen bis hin zu Outsourcingprojekten und Weiterbildungsangeboten.