



Pressemitteilung

„nexoya Marketing Analytics“ in SAP Marketing Cloud integriert

SAP-Kunden können dank der Integration von nexoya mit Hilfe von künstlicher Intelligenz digitale Multi-Channel-Marketing-Kampagnen optimieren / Kostenloses Webinar am 19.11.2020

Zürich und Berlin, 27. Oktober 2020 – Das SaaS-Start-up [nexoya Ltd.](#) ist jetzt [zertifizierter SAP-Partner](#). Im SAP-App-Center finden Unternehmen rund 1.600 zertifizierte Partnerlösungen, die sie in ihre SAP-Umgebung integrieren können. Seit Ende September ist hier auch die Lösung „nexoya Marketing Analytics“ verfügbar. Diese optimiert Marketing-Kampagnen auf Basis von maschinellem Lernen und künstlicher Intelligenz. Dank der Partnerschaft können Kunden mit SAP Marketing Cloud im Einsatz ihre SAP-Daten mit der Lösung von nexoya auslesen und zusammen mit den dort erhobenen Daten verarbeiten. So lassen sich die zukünftige Performance digitaler Marketing-Maßnahmen einschätzen, die Kampagnen optimieren und die Budgets auf Grundlage von datengestützten Vorhersagen ausrichten. Durch die Integration erhalten Marketing-Experten per Mausclick Analysen von Informationen aus ganz unterschiedlichen Quellen. Hierbei werden auch Daten aus Drittsystemen wie Google Analytics und exogene Faktoren wie Wetterdaten verarbeitet. Im Rahmen eines [kostenlosen Webinars](#) am 19. November geben nexoya und SAP einen praktischen Einblick in die Möglichkeiten, die die Partnerschaft für das Marketing von Unternehmen eröffnet. nexoya zeigt hier zudem seine Lösung am Beispiel der [Emmi Group](#). Anmeldung zum Webinar unter: [i.nexoya.com/sap-webinar](https://www.nexoya.com/sap-webinar)

Die [Integration von „nexoya Marketing Analytics“ in die Lösung SAP Marketing Cloud](#) ermöglicht es SAP-Kunden, Daten aus Kampagnen oder Mailings mit exogenen Faktoren und Daten aus Drittsystemen – wie etwa Informationen aus Google Analytics, zum Wetter oder zu Währungen – zu vergleichen und zu analysieren. nexoya arbeitet hierfür mit modernen Methoden der KI: Auf Basis der historischen Performance wird berechnet, wie sich jede einzelne Kampagne und jedes einzelne Asset in der Zukunft verhalten werden oder wie diese mit anderen Werten korrelieren. Daraus ergeben sich vielfältige Möglichkeiten für die praktische Arbeit von Marketing-Teams: Sie können einfach und schnell zielgerichtete Reportings erstellen und tiefe Einblicke in ihre Daten gewinnen. Etwa indem sie die Öffnungsrate eines über SAP Marketing Cloud versendeten Mailings im Raum Frankfurt mit der Temperatur korrelieren, die zum Versandzeitpunkt in der Stadt gemessen wurde. Oder sie ermitteln, welchen Einfluss die Frequenz von E-Mail-Kampagnen auf den Umsatz, den Traffic auf der Website oder organische Suchbegriffe bei Google hat.

Die Lösung von nexoya versetzt Marketing-Teams darüber hinaus in die Lage, Cross-Channel-Kampagnen zu optimieren: Die KI aggregiert und verarbeitet riesige Mengen von unterschiedlichen Daten aus vielen verschiedenen Kanälen und deckt Erkenntnisse und Zusammenhänge auf, die den Return-on-Investment verbessern. Mit KI-basierten Vorhersagen berechnet der Algorithmus die optimale Ausrichtung der einzelnen Budgets. Im Unterschied zur einfachen Automatisierung von Prozessen lernen KI-Algorithmen schnell über sich verändernde

Muster und verbessern so ihre Ergebnisse kontinuierlich. Auf diese Weise lassen sich die Kosten um bis zu 30 Prozent reduzieren, so die Erfahrung von nexoya. nexoya erfasst dabei ausschließlich nicht personalisierte Daten, die in zertifizierten Schweizer Rechenzentren liegen.

„Die Verbindung der Lösung SAP Marketing Cloud mit nexoya ermöglicht Marketing-Experten eine einfache Analyse ihrer Datenquellen und den Einsatz von Predictive Analytics per Mausklick. Sie können so zum Beispiel nachvollziehen, ob es eine Korrelation zwischen ihren durch SAP Marketing Cloud gesteuerten Kampagnen und anderen Kennzahlen aus dem Marketing gibt, wie zum Beispiel zur Anzahl der Suchanfragen auf Google. Zugleich können sie sich Vorhersagen berechnen lassen, die Auskunft darüber geben, ob ihre laufenden Kampagnen erfolgreich sein werden oder nicht“, sagt Marco Hochstrasser, Mitgründer und CTO, nexoya.

Emmi Group trifft im Marketing datengesteuerte Entscheidungen

Von diesen Möglichkeiten wollte auch der Milchverarbeiter Emmi Group profitieren und setzte sich für die Integration von nexoya in SAP Marketing Cloud ein. Zur Emmi Group zählen in der Schweiz 25 Produktionsbetriebe, weltweit ist das Unternehmen mit Tochtergesellschaften in 14 Ländern präsent. Die Marketing-Verantwortlichen wollten eine detaillierte Analyse der Auswirkungen ihrer Aktivitäten auf die Endkunden erhalten. Das Ziel war es, alle digitalen Marketing-Metriken zentral an einem Ort für Analyse, Auswertung und Predictive Analytics zur Verfügung zu haben. Mit der Lösung SAP Marketing Cloud und der KI-basierten Lösung von nexoya ist die Emmi Group nun in der Lage, Kennzahlen im Bereich Kundenbindung zu analysieren. Das Ergebnis sind aussagekräftige Analysen, auf deren Basis die Erfolgswahrscheinlichkeit von Multi-Channel-Kampagnen prognostiziert wird.

„Mit nexoya und SAP Marketing Cloud können wir jetzt auf der Basis aggregierter KPIs datengesteuerte Entscheidungen über unsere zukünftige Marketingstrategie treffen,“ sagt Marcel Härtlein, Global Head Digital Transformation, Emmi Group.

Weitere Informationen unter

www.nexoya.com/de/case_studies/erfolgsgeschichte-der-emmi-gruppe-mit-nexoya-sap/

Webinar: „How to Analyze Campaign Performance of SAP Marketing Cloud with External Data“

Das Webinar zeigt, wie Marketing-Teams die Möglichkeiten von SAP Marketing Cloud nutzen können, um Kampagnenergebnisse mit modernen Analysemethoden zu verbessern. Marco Hochstrasser, Mitgründer und CTO von nexoya, zeigt am Beispiel von „nexoya Marketing Analytics“, wie sich Lösungen von Drittanbietern in die SAP-Lösung integrieren lassen. Die Teilnehmer erfahren außerdem, wie sie moderne Predictive-Analytics-Ansätze nutzen, um Performance-Ergebnisse mit externen Daten zu korrelieren, vorherzusagen und zu vergleichen. Das Webinar findet in englischer Sprache statt und richtet sich an Fach- und Führungskräfte aus Marketing und IT. Die Teilnahme ist kostenlos.

Datum: Donnerstag, 19. November 2020

Zeit: 16:00 bis 17:00 Uhr

Anmeldung: l.nexoya.com/sap-webinar

Weitere Informationen

„nexoya Marketing Analytics“ im SAP-App-Center:

www.sapappcenter.com/en/product/display-0000059097_live_v1/Marketing%20Analytics%20Platform

Erfolgsgeschichte der Emmi Group mit nexoya & SAP:

www.nexoya.com/de/case_studies/erfolgsgeschichte-der-emmi-gruppe-mit-nexoya-sap/

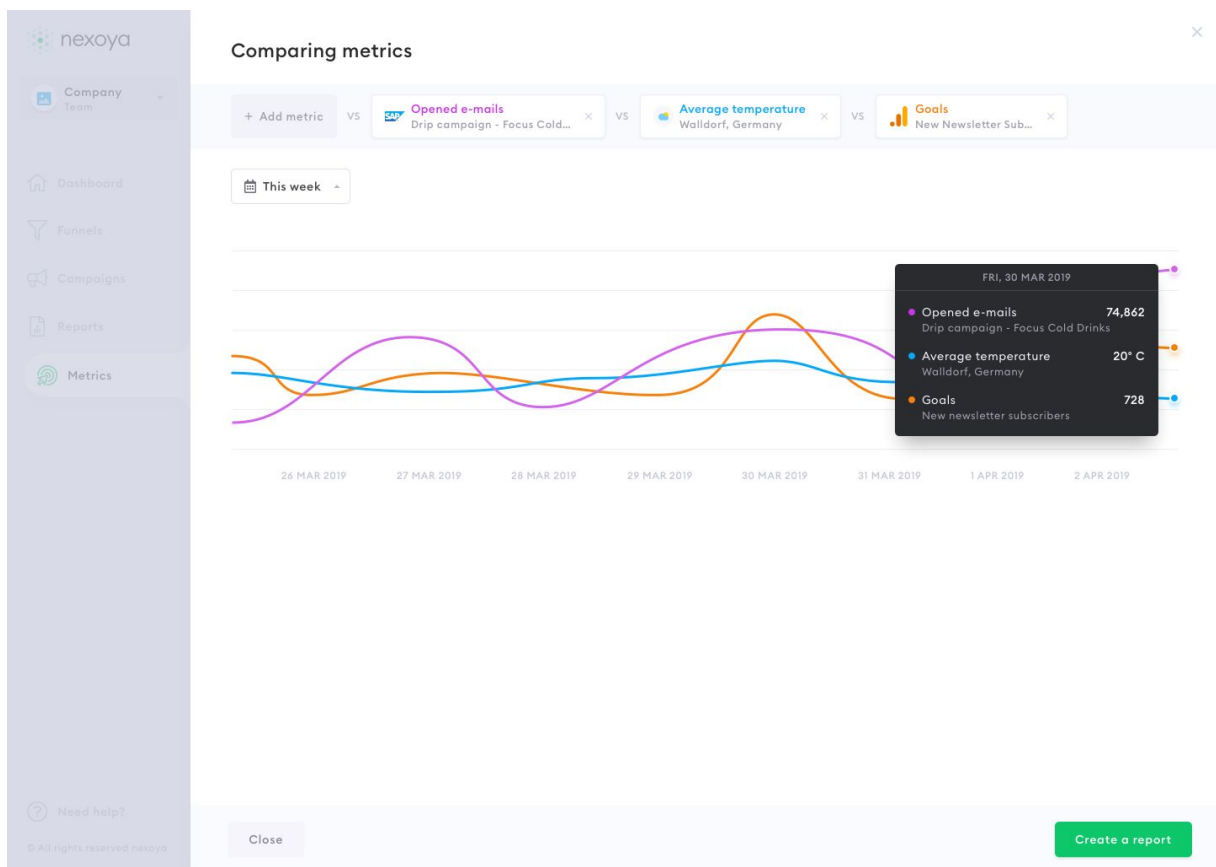
Liste aller nexoya-Integrationen: www.nexoya.com/integrations

Bildmaterial

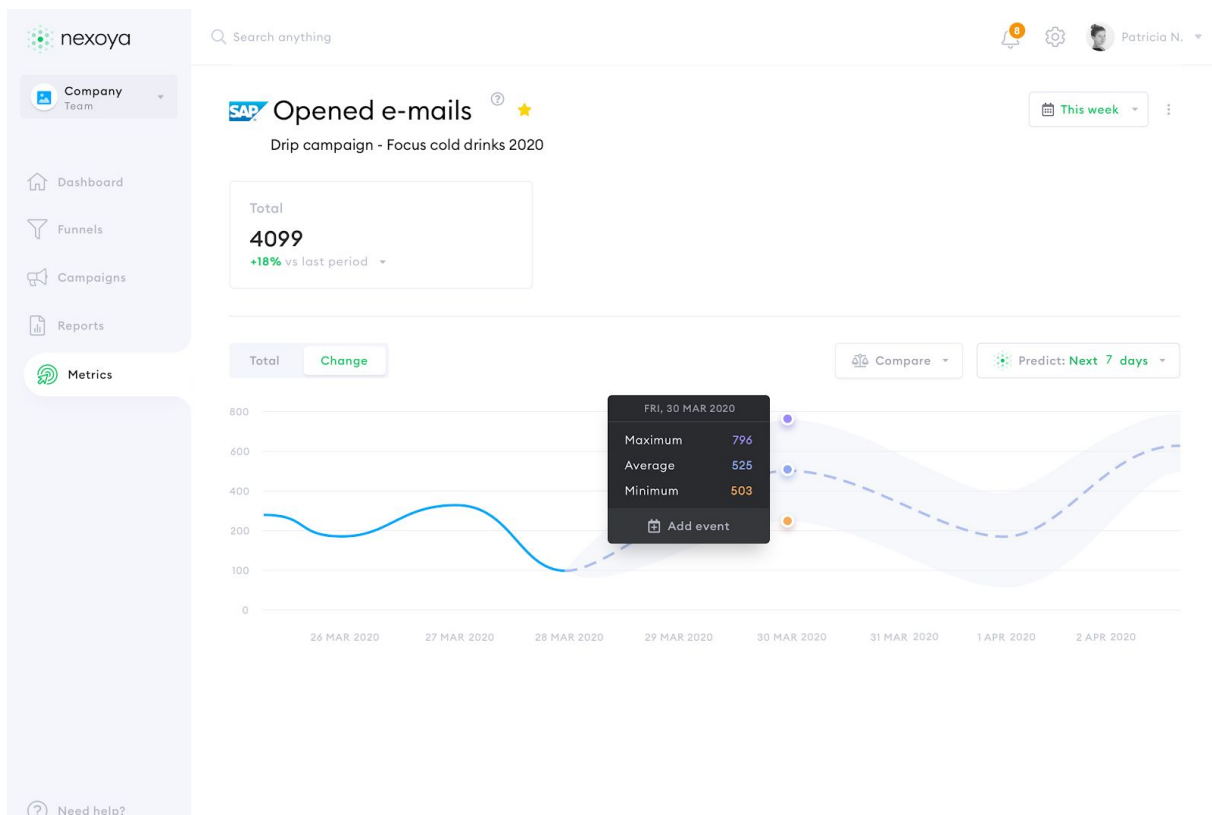
Die Grafik liegt in druckfähiger Auflösung zum Download bereit:

www.nexoya.com/wp-content/uploads/2020/10/nexoya-SAP-Metrics-in-compare-with-weather-google-analytics-1.png

www.nexoya.com/wp-content/uploads/2020/10/nexoya-SAP-Metrics-with-prediction.png



Kunden von SAP Marketing Cloud können ihre Daten mit Lösung von nexoya auslesen und zusammen mit den dort erhobenen Daten verarbeiten. Hierbei werden auch Drittsysteme wie Google Analytics und exogene Faktoren wie Wetterdaten berücksichtigt. (Grafik: nexoya Ltd.)



Auf Basis der historischen Performance berechnet "nexoya Marketing Analytics", wie sich jedes einzelne Asset in der Zukunft verhalten wird. (Grafik: nexoya Ltd.)

Über nexoya

Das Start-up nexoya Ltd. mit Sitz in Zürich realisiert seit 2018 automatisierte Analysen für das digitale Marketing mittelgroßer und großer Unternehmen – nutzerfreundlich und datenschutzkonform. Auf Basis von maschinellem Lernen optimiert die SaaS-Plattform „nexoya Marketing Analytics“ Multi-Channel-Marketingkampagnen: Hierfür aggregiert die Lösung Kennzahlen aus unterschiedlichen Kanälen wie Google Ads, Instagram oder Facebook, stellt sie übersichtlich dar und übernimmt das Monitoring der Kennzahlen. Auf Basis der erfassten Daten und unter Einsatz von künstlicher Intelligenz (Predictive Analytics) optimiert nexoya anschließend die Kampagnen-Budgets. So entlastet die Lösung Marketingteams von operativen Routineaufgaben, vereinfacht automatisierte datengetriebene Entscheidungen und reduziert die Marketing-Kosten um bis zu 30 Prozent. nexoya erfasst ausschließlich nicht personalisierte Daten, die in zertifizierten Schweizer Rechenzentren liegen. Zu den Kunden gehören bekannte Unternehmen wie die Emmi Group, Generali, CSS oder The House Agency. www.nexoya.com

Pressekontakt

Sabrina Ortmann, nexoya
 Tel: +49 (0)30 54909240
 E-Mail: press@nexoya.com