

Erfolgsgeschichte der Emmi Gruppe mit nexoya & SAP

ZIEL

In dieser Fallstudie zeigt nexoya zusammen mit SAP auf, wie auf der Basis aggregierter Marketing KPIs und mit Hilfe von künstlicher Intelligenz, bessere Entscheidungen gefällt werden können.

DIE LÖSUNG VON NEXOYA

Die Emmi Gruppe hat sich für den Einsatz nexoya und der SAP Marketing Cloud entschieden, um den Einfluss von Marketingaktivitäten zu analysieren. Z.B. wie sich E-Mail-Kampagnen oder Social Media Aktivitäten auf die Marketingperformance auswirken.

Um diese Dynamik zu verstehen, beschloss die Emmi Gruppe, KPIs aus verschiedenen Marketingkanälen und -quellen zu sammeln und zu analysieren. Diese Erkenntnisse halfen, den Erfolg von Kampagnen zu verstehen und auf diese Weise eine datengestützte Entscheidungsfindung zu ermöglichen.

WICHTIGSTE VORTEILE

- Daten aus der SAP Marketing Cloud einfach und schnell in nexoya integrieren
- Analysen digitaler Marketing KPIs über verschiedene Kanäle vornehmen
- Einblicke in den Einfluss externer Faktoren, beispielsweise des Wetters, auf die Marketingperformance gewinnen
- Künstliche Intelligenz einsetzen, um auffällige positive und negative Ereignisse/Anomalien zu erkennen



Unternehmen im Überblick

- Unternehmen: Emmi
- Branche: Dairy products
- Hauptsitz: Lucerne, Switzerland
- Grösse: 3,300 employees
- Typ: Corporation
- Optimierte Marketing Kanäle: Facebook, Google Analytics, YouTube, Twitter, Google Ads, Instagram, SAP, Google DCM



“Mit SAP und Nexoya können wir aktivitäten kanalübergreifend auswerten und datengesteuerte Entscheidungen treffen.“



Marcel Härtlein
Global Head Digital Transformation, Emmi Group