Integracja SAP Marketing z SAP Analytics Cloud

SAP Marketing Cloud

- Wszystkie kanały komunikacji
- Jeden ujednolicony widok klienta
- Wgląd w czasie rzeczywistym

SAP® Analytics Cloud

- Rozszerzone możliwości analizy
- Bogaty zestaw funkcjonalności
- Wsparcie w planowaniu i predykcji

Większa efektywność działań marketingowych

Spis treści

1 | Standardowe raporty w SAP Marketing

3 | Wykorzystanie raportów i success stories w SAC

4 | Tworzenie customowych serwisów/modeli

6 | Korzyści z zastosowania integracji

6 | Podsumowanie

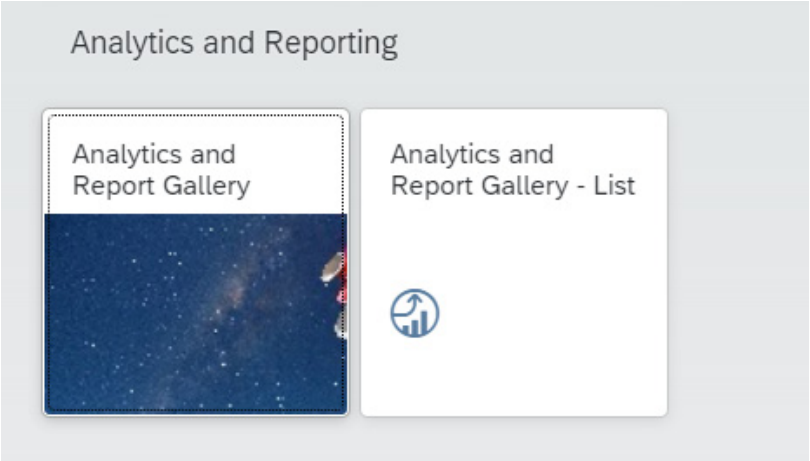
Kierując komunikację marketingową do klientów, zależy nam, aby była ona jak najbardziej skuteczna. W tym celu musimy stale monitorować i analizować nasze działania marketingowe pod kątem ich efektywności w zależności od rodzaju kanału, grupy docelowej czy też samego komunikatu.

Systemy z rodziny SAP CX posiadają wbudowane, podstawowe możliwości raportowania, jednak dopiero dzięki integracji z SAP Analytics Cloud i skorzystaniu z wbudowanych lub customowych scenariuszy, możemy przenieść analizę i prezentację danych na zupełnie nowy poziom.

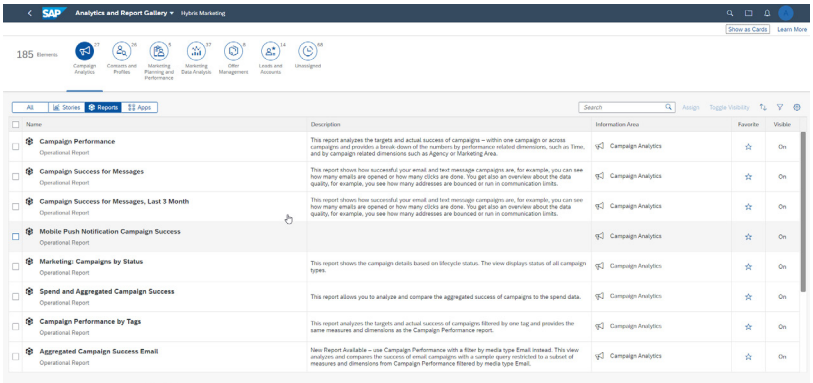
1. Standardowe raporty w SAP Marketing

SAP Marketing pozwala na używanie standardowych raportów służących m in. do analizy skuteczności kampanii, analizy danych dotyczących klientów, ich interakcji, a także jakości tych danych. Aplikacja ta do swojego działania nie wymaga SAP Analytics Cloud i potrzebuje jedynie licencji SAP Marketing.

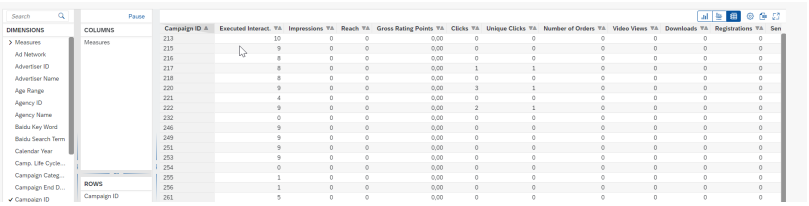
Aplikacje na launchpadzie



Lista dostępnych raportów w SAP Marketing



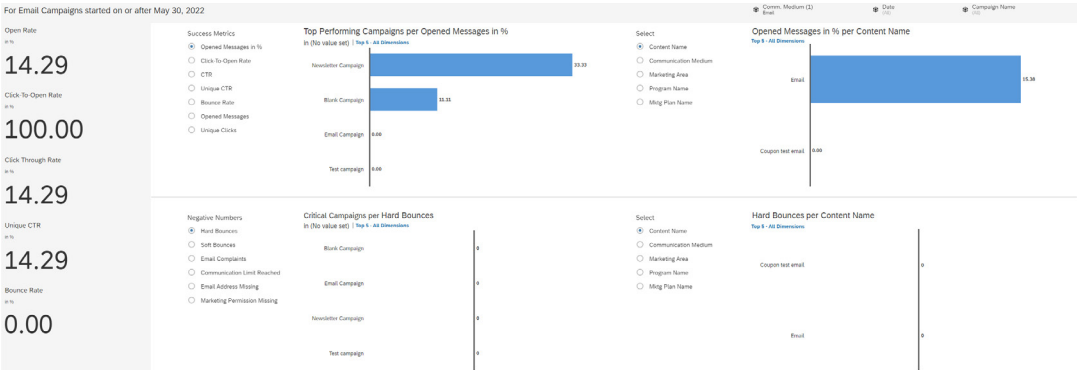
Przykładowy raport w SAP Marketing

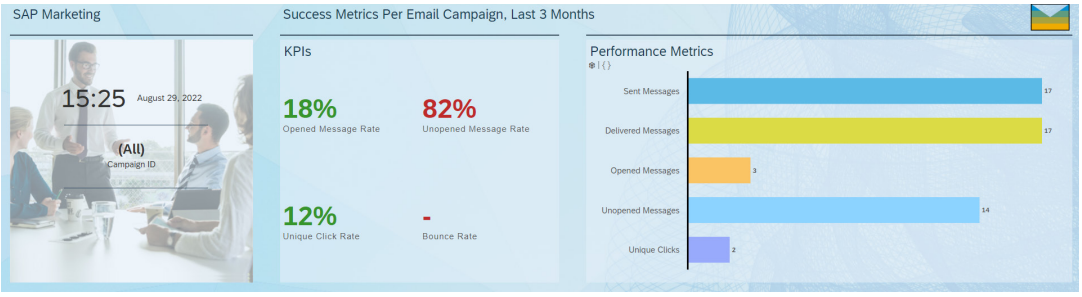


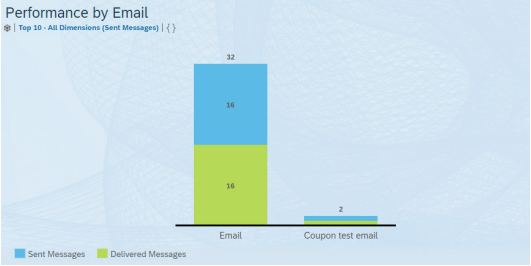
2. Wykorzystywanie raportów i stories w SAC

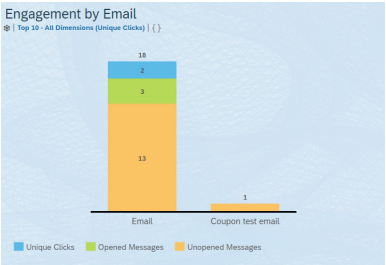
W przypadku integracji z SAP Analytics Cloud użytkownik oprócz wcześniej wspomnianych raportów ma także dostęp do **Analytics Stories**. SAP Marketing zawiera jedynie standardowe raporty, które użytkownik może przeglądać w formie prostych tabel i zestawień. Dopiero po integracji z SAC otrzymujemy dostęp do gotowych, zaawansowanych wykresów i analiz dotyczących klientów, kampanii, itp.

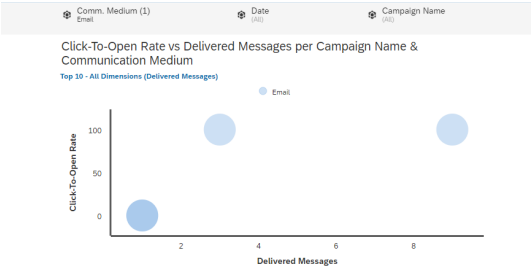
Przykładowe stories w SAC











W porównaniu do standardowych raportów generowanych przez SAP Marketing, w tym przypadku użytkownik uzyskuje **przyjaźniejszy interfejs** oraz **więcej możliwości analizy danych**. Ważnym elementem analizy danych są tzw. Success Metrics – KPI zapewniające łatwiejszy dostęp do najistotniejszych danych.

Użytkownik zamiast przeglądać dużą liczbę wierszy może uzyskać wgląd w dane, które są mu najbardziej potrzebne. W przypadku działań marketingowych mogą to być np.

- **Opened message rate** – funkcja pokazuje w których kampaniach marketingowych odsetek otwartych wiadomości e-mail był największy lub najmniejszy.

- **Hard Bounce rate, Soft Bounce rate** – pokazuje kampanie z największym odsetkiem e-maili, które nie dotarły do skrzynek klientów. Użytkownik może w łatwy sposób znaleźć numery ID kampanii z wyższym odsetkiem odrzuceń, np. wskutek awarii.

- **Opened messages per Content name** – wskazuje, które treści mailingowe były najczęściej/najrzadziej otwierane. Wiedząc jaki tytuł maila sprawia, że klienci chętniej go otwierają, można lepiej dopasować kolejne komunikaty do odbiorców.

W przypadku integracji **SAP Service Cloud** z SAP Analytics Cloud w podobny sposób można przedstawić następujące KPI:

a) Dane dotyczące skuteczności agentów centrów obsługi klienta:

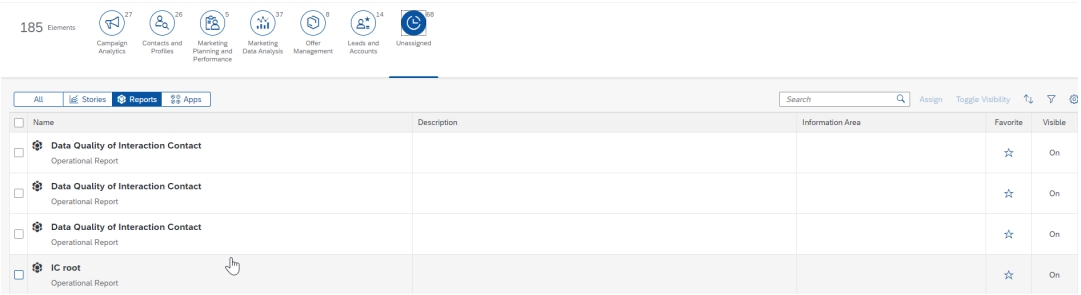
- liczbę zgłoszeń serwisowych per agent,
- liczbę zgłoszeń serwisowych per priorytet,
- liczbę zgłoszeń serwisowych w podziale na miesiące,
- liczbę rozwiązanych zgłoszeń serwisowych per agent.

b) Analogicznie w przypadku integracji z **SAP Sales Cloud** możemy analizować dane dotyczące skuteczności sprzedawców:

- liczbę procesów sprzedażowych,
- liczbę wygranych procesów sprzedażowych,
- średnią wysokość sprzedaży,
- odsetek wygranych procesów sprzedażowych.

3. Tworzenie customowych serwisów/modeli

Po stronie SAP Marketing istnieje możliwość stworzenia customowych widoków CDS, które następnie po wystawieniu jako serwisy Odata mogą być używane w ten sam sposób, jak standardowe raporty w SAP Marketing, tj. są dostępne w aplikacji Analytics and Report Gallery oraz w SAC, gdzie mogą zostać użyte do zbudowania nowych *Analytic stories*.



W celu rozszerzenia lub modyfikacji standardowych raportów można je skopiować z paczki CUAN_CDS_ANALYTICS, a następnie zmodyfikować według potrzeb.

W przypadku gdy tworzymy raport od zera, musimy zbudować dwa widoki. W pierwszym definiujemy skąd raport będzie zaciągał dane, a także określany miary (ang. measures), które będą używane w raporcie. Widok powinien mieć następujące parametry:

```
1 @AbapCatalog.sqlViewName: 'ZMWTESTCOMP'
2 @EndUserText.label: 'Interactions with contacts'
3 @AbapCatalog.compiler.compareFilter: true
4 @AccessControl.authorizationCheck: #CHECK
5 @Analytics.dataCategory: #CUBE
6 @VDM.viewType: #COMPOSITE
7 @ClientHandling.algorithm: #SESSION_VARIABLE
8 @Metadata.allowExtensions:true
9 @Metadata.ignorePropagatedAnnotations:true
10 @ObjectModel.usageType: {serviceQuality: #D, sizeCategory: #XL, dataClass: #MIXED}
11 define view ZMW_TEST_COMP as select from cuand_ce_ic_root
```

Następnie budujemy drugi widok, który będzie jedynie czytał z pierwszego, lecz jego parametry pozwolą na zbudowanie serwisu OData w celu wstawienia do systemu SAP Marketing/SAC:

```
1 @AbapCatalog.sqlViewName: 'ZMWROOT'
2 @AbapCatalog.compiler.compareFilter: true
3 @AccessControl.authorizationCheck: #PRIVILEGED_ONLY
4 @OData. publish: true
5 @Analytics.query: true
6 @VDM.viewType: #CONSUMPTION
7 @ClientHandling.algorithm: #SESSION_VARIABLE
8 @ObjectModel.usageType: {serviceQuality: #D, sizeCategory: #XL, dataClass: #MIXED}
9 @EndUserText.label: 'IC root'
10 define view ZMW_IC_ROOT as select from ZMW_TEST_COMP {
```

Po aktywacji i testowaniu widoków można je wystawić jako serwis OData w transakcji /iwfnd/maint_service

BEP	ZMW_CMPGN_CUST_CDS	1 Campaign Performance	ZMW_CMPGN_CUST_CDS
BEP	ZMW_CMPGN_SUCC_CDS	1 Campaign Performance	ZMW_CMPGN_SUCC_CDS
BEP	ZMW_IC_CONSUME_CDS	1 Data Quality of Interaction Contact	ZMW_IC_CONSUME_CDS
BEP	ZMW_IC_CONSUME2_CDS	1 Data Quality of Interaction Contact	ZMW_IC_CONSUME2_CDS
BEP	ZMW_IC_CONSUME3_CDS	1 Data Quality of Interaction Contact	ZMW_IC_CONSUME3_CDS
BEP	ZMW_IC_ROOT_CDS	1 IC root	ZMW_IC_ROOT_CDS
BEP	ZMW_INT_CONTACTS_CDS	1 Data Quality of Interaction Contact	ZMW_INT_CONTACTS_CDS

Po przetestowaniu serwisu raport jest dostępny w systemie SAC (jako nowy data source, który może służyć do zbudowania modelu) oraz w SAP Marketing w aplikacji Analytics and Report Gallery.

4. Korzyści z zastosowania integracji

Możliwość budowania wysoce spersonalizowanych Analytic Applications oraz różnego rodzaju wykresów w celu lepszej wizualizacji danych.

Możliwość spojrzenia na dane z różnych punktów widzenia poprzez zmianę filtrów lub użycie predefiniowanych zmiennych i parametrów stworzonych w Analytic Application.

Możliwość porównywania danych w czasie.

Wbudowany inteligentny insight – łatwe odkrywanie głównego sprawcy wybranego punktu danych z wykorzystaniem uczenia maszynowego.

Możliwość szybkiej komunikacji z innymi pracownikami poprzez komentarze, udostępnianie raportów i współpracę.

5. Podsumowanie

SAP Marketing oferuje zintegrowane możliwości raportowania, jednak są one ograniczone do wyświetlania danych z tabel. System ten może np. pokazać dane dotyczące sukcesu kampanii, ale nie wskaże bezpośrednio jakie kampanie miały największą lub najmniejszą skuteczność, jak zmieniały się w czasie, itd.

- W przypadku integracji i technicznego połączenia z SAC, użytkownik dostaje możliwość używania standardowych Stories, które rozszerzają zarówno możliwości analizy danych, jak i UX raportów oraz Stories.
- W przypadku gdyby standardowe Stories lub raporty nie spełniały wymagań albo nie dostarczały wszystkich potrzebnych danych, istnieje możliwość ich rozszerzenia poprzez zmodyfikowanie bieżących lub zbudowanie nowych.
- Po weryfikacji dostępnych raportów nie stwierdzono, by jakaś część funkcjonalności SAP Marketing nie znalazła odzwierciedlenia w aplikacjach służących do raportowania – dostępne są np. Agreements, Agreement Terms, Surveys. Można w związku z tym założyć, że większość wymagań będzie można odwzorować używając standardowych widoków, widoków rozszerzonych o customowe pola lub dodatkowe miary według potrzeb klienta.
- Apollogic oferuje dostosowywanie raportów w zależności od potrzeb klienta oraz zbudowanie potrzebnych w tym celu widoków.

apollogic

Apollogic Sp. z o.o.

Poznański Park
Naukowo-Technologiczny
ul. Rubież 46
61-612 Poznań, Polska

Gold
Microsoft Partner

Masz jakieś pytania? Skontaktuj się z nami!

Poznań, Polska
+48 61 631 10 67

Hamburg, Niemcy
+49 40 280 56 248

sales@apollogic.com

www.apollogic.com