



Leitfaden

Retail Serie | 3

# Wie Sie Ihren Kunden jederzeit eine konsistente, Marken- und Channel-übergreifende Experience bieten



## Einführung

Nach aktuellen Schätzungen werden 2024 rund 22 % des weltweiten Umsatzes im Einzelhandel online erzielt – im Vergleich zu den vor der Pandemie realisierten 15 % ein deutlicher Anstieg. Und der Anteil soll weiter wachsen: Einige Prognosen gehen davon aus, dass E-Commerce bis 2026 24 % des weltweiten Marktes mit einem Gesamtvolumen von \$8,1 Billionen Dollar ausmachen wird.

Aber auch wenn die Ausgaben der Verbraucher steigen, steht der Einzelhandel vor enormen Herausforderungen:

- Jeder Händler – ob groß oder klein – agiert heute im globalen Wettbewerb.
- Zudem stehen die verfügbaren Einkommen vieler Verbraucher angesichts hoher Inflationsraten und steigender Zinsniveaus unter enormem Druck, was den Wettbewerb unter den Einzelhändlern zusätzlich verschärft.
- Und weil mit der Zunahme des Online-Shoppings auch die Zahl der Rücksendungen steigt, müssen viele Händler über mögliche Gebühren nachdenken, um die steigenden Versand- und Handling-Aufwendungen zu kompensieren.



Um ihre Kunden besser zu erreichen und zu binden, experimentieren Einzelhändler auf der ganzen Welt mit neuen Ladengestaltungen, Pop-up-Stores, Partnerschaften mit Prominenten, Treueprogrammen und anderen Promotions. Hinter den Kulissen kommt es zudem zu vielen Mergern und Akquisitionen – und es fließt viel Geld in innovative Technologien.

Angesichts des Siegeszuges von E-Commerce und digitalem Handel kommt dabei vor allem dem Management digitaler Identitäten zunehmend eine Schlüsselrolle zu. Mit der richtigen CIAM-Plattform (Customer Identity & Access Management) können Retail-Unternehmen ihre betrieblichen und organisatorischen Prozesse nachhaltig verbessern und ihre Marketing-Programme optimieren. So können sie Kunden an jedem Touchpoint mit personalisierten Experiences begeistern – von der ersten Entdeckung der Produkte bis zum Kauf und darüber hinaus.

Auch wenn die wörtliche Definition des Begriffs CIAM seit Jahren gleich geblieben ist, haben sich die Bedeutung und der Stellenwert dieser Technologie im gleichen Maß verändert, in dem die Digitalisierung die Art und Weise, wie Kunden und Händler interagieren, geprägt hat.

„Mit Blick auf die Digitalisierung und den zunehmenden Druck, über die gesamte Customer Journey hinweg nahtlos integrierte Identity-Lösungen zu verankern, haben sich CIAM-Lösungen zu einer Schlüsselkomponente des Kundenmanagements entwickelt.“

[The Forrester Tech Tide™: Identity- & Access-Management: Übersicht](#)

Mit einer modernen CIAM-Plattform können Einzelhändler ihre Daten nutzen und tragfähige Kundenbeziehungen aufbauen, das Problem fragmentierter Daten adressieren, den Datenschutzvorgaben der Kunden gerecht werden und Betrugsversuche und andere Sicherheitsprobleme stoppen.

In diesem Leitfaden – der Teil einer fünfteiligen Serie ist – werden wir uns auf die Rolle konzentrieren, die CIAM bei der Bereitstellung konsistenter, Marken- und Channel-übergreifender User Experiences zukommt.



## Jederzeit eine konsistente Experience

Im Handel sind heute unkomplizierte, relevante und sichere Interaktionen der Standard – wann immer Ihre Kunden dies wünschen, wo immer sie sich aufhalten und welches Device sie auch verwenden.

Um diesen Erwartungen gerecht zu werden, müssen Sie Ihren Kunden jederzeit eine konsistente User Experience bieten:

- Über all Ihre Marken hinweg
- Im persönlichen Kontakt (ob in einer dauerhaften oder einer Pop-up-Location)
- Online (ob via Mobile App oder auf Ihrer Website)
- Bei jeder Interaktion (ob Kauf, Promotion-Aktion oder Support-Anfrage)
- Selbst dann, wenn ein Kunde auf verschiedenen Kanälen verschiedene E-Mail-Adressen und Telefonnummern verwendet hat

Willkommen in der neuen Welt durchgängiger Einkaufserlebnisse.  
Und all das steht und fällt mit den digitalen Identitäten.

Das Omnichannel Compendium for Retailers von McKinsey stellt fest, dass 64 % der Einzelhändler „eine klar definierte Cross- oder Multichannel-Strategie“ für die wichtigste Innovation halten, um das digitale Wachstum voranzutreiben.



## Bereitstellung konsistenter Experiences

Vertrautheit sorgt für entspannte Interaktionen, und Konsistenz schafft Vertrautheit.

Um eine konsistente Shopping-Experience sicherzustellen, müssen Unternehmen ihre Kundenidentitäten über alle Kommunikationskanäle hinweg konsolidiert betrachten – und das inklusive der individuellen Präferenzen und der Historie aller Interaktionen und Transaktionen. Denn eine herausragende Customer Experience hängt maßgeblich von zuverlässigen, einheitlichen und mit Zustimmung der Kunden erfassten Daten ab.

Bedauerlicherweise stellen 78 % der von McKinsey für das Omnichannel Compendium for Retailers befragten Einzelhändler fest, dass es bei ihnen keine über alle Kanäle hinweg einheitliche Marken-Experience gibt.

„Heute verfügt bei uns jeder Kunde über eine einzige, durchgängige Identität. Wir bieten jedem eine maßgeschneiderte Customer Experience, aber das bedeutet nicht, dass sie drei unterschiedliche Benutzernamen und Passwörter benötigen.“

**Ramiya Iyer**, GVP, IT Digital, Data and Pharmacy, Albertsons

Wenn Daten veraltet sind oder ohne Zustimmung des Kunden erhoben wurden, leidet das Vertrauen und die Experience – und die Personalisierung geht verloren. Der Schlüssel zur Erfassung, Verwaltung und Nutzung dieser Daten heißt CIAM. Eine solche Lösung ermöglicht es Unternehmen, jedem Nutzer eine einheitliche Identität zuzuweisen – und liefert damit eine umfassende 360-Grad-Sicht auf die Kunden, die auf akkuraten, verifizierten und bereitwillig geteilten Daten beruht.

Aufsetzend auf diese Daten eröffnet die CIAM-Lösung Unternehmen ganz neue Möglichkeiten:

- CIAM schafft die Voraussetzungen für eine unternehmensweit einheitliche Login Experience – unabhängig davon, für welchen Kanal oder Identity-Provider sich ein Kunde entscheidet und ob er persönlich oder virtuell interagiert
- CIAM garantiert konsistente, hochwertige, personalisierte Customer Experiences, wo auch immer Kunden mit Ihnen in Kontakt treten. Das reduziert die Kosten für Akquisition und Kundenbindung und trägt maßgeblich zur Kundenzufriedenheit und zum Umsatz bei.
- CIAM hilft Ihnen, Kunden über multiple Marken und Kategorien hinweg im Blick zu behalten und mit ihnen zu interagieren
- CIAM führt Ihre Kundenbindungsprogramme über alle Marken hinweg unter einem zentralen Schirm zusammen, um die Loyalität Ihrer Kunden zu gewinnen und zu belohnen

## Machen Sie Ihr Business effizienter

Die Vorteile eines zentralisierten Customer Identity Managements gehen aber weit über die Bereitstellung einer hochwertigen Customer Experience hinaus.

Die Implementierung einer durchgängigen Identity-Lösung bietet beispielsweise folgende Vorteile:

- Sie erleichtert die Auflösung der Identitäten, weil es einfacher ist, unterschiedliche Kontaktdetails und andere Daten mit den einzelnen Kunden zu verknüpfen
- Sie vereinfacht den Technologie-Stack, weil veraltete Insellösungen einzelner Unternehmensbereiche abgelöst werden können
- Sie reduziert den Umfang und die Komplexität von Integrationsprojekten, weil nur noch eine einzige Identity-Lösung eingebunden werden muss – statt unterschiedlichster Produkte, die oft von mehreren Herstellern stammen oder mit Bordmitteln selbst entwickelt wurden
- Sie verbessert die Business-Prozesse, weil sie allen Teilbereichen des Unternehmens zuverlässige Daten zur Verfügung stellt



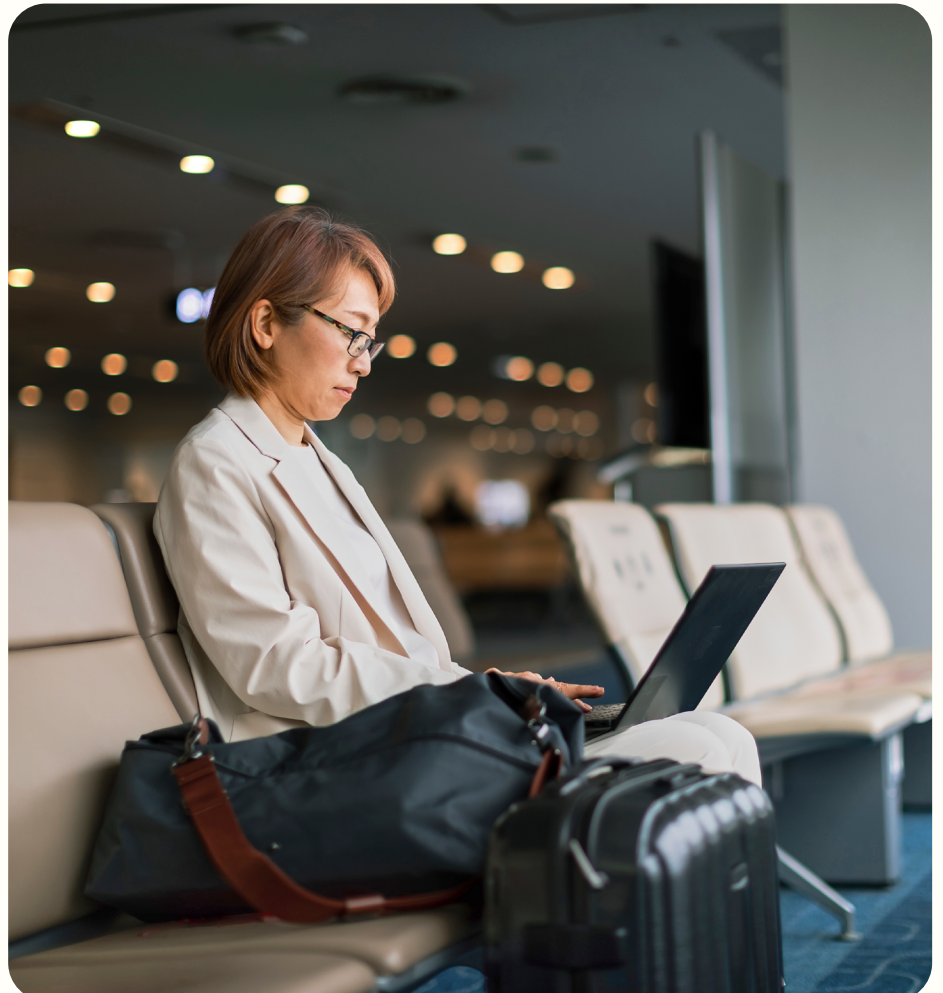
## Wie Sie am besten loslegen

CIAM steht im Mittelpunkt Ihrer Kunden-Anwendungen und ist damit ein wichtiges Tool, um den Markt zu analysieren und das Kaufverhalten, die Konversion und die Kundenbindung zu steuern, das Ihre Marketing- und Customer-Experience-Spezialisten gleichermaßen schätzen werden.

Gleichzeitig wirkt sich das CIAM unmittelbar auf die Security und den Datenschutz aus, und ist damit in hohem Maße für CISOs, CIOs und Compliance-Verantwortliche relevant.

Und: Als leistungsstarke Technologie-Suite fällt CIAM auch in den Verantwortungsbereich Ihrer IT-Abteilung, oder sogar Ihres CTOs, (wenn die Lösung im Unternehmen zurecht als Innovations- und Digitalisierungstreiber wahrgenommen wird).

Um das richtige Gleichgewicht zwischen einer hochwertigen Customer Experience und der Sicherheit Ihrer Systeme zu finden, müssen die Verantwortlichen in diesen Rollen bei der CIAM-Implementierung eng zusammenarbeiten – und dabei die jeweiligen Use Cases, Kunden-Typen, Daten-Arten und branchenspezifischen Risiken berücksichtigen.



Hier sind einige Ansatzpunkte, um den Weg für konsistente, Marken- und Channel-übergreifende Experiences zu bereiten:

- **Betrachten Sie Identity-Flows ab sofort als Konversions-Flows**  
Gut designte Identity-Flows machen es Ihren Kunden leicht, mit Ihrem Unternehmen zu interagieren. Das führt zu mehr Registrierungen, einfacheren Logins, weniger Kaufabbrüchen und mehr Umsatz.
- **Nutzen Sie Social Login und SSO, um für Ihre Kunden die Türen weit zu öffnen**  
Geben Sie Ihren Kunden die Möglichkeit, sich mit wenigen Klicks zu registrieren oder anzumelden, indem sie ihre bestehenden Accounts bei Third-Party-Unternehmen wie Facebook, Google oder Apple nutzen.
- **Integrieren Sie passwortlose Authentisierung, um Accounts zu schützen und den Aufwand für Ihre Kunden zu minimieren**  
Passwortlose Authentifizierungsverfahren wie Passkeys verwenden biometrische Merkmale oder Device-PINs – und verbinden so zuverlässigen Schutz vor Phishing mit einer hochwertigen User Experience.
- **Implementieren Sie Progressive Profiling**  
Fragen Sie Ihre Kunden bei der ersten Anmeldung nur nach den wichtigsten Informationen – und ergänzen Sie das Profil bei späteren Kontakten nach und nach um weitere Details.
- **Integrieren Sie Ihr CIAM mit Ihrer CDP**  
Customer-Data-Plattformen (CDP) sind im modernen Marketing ein wertvoller Bestandteil des Technologie-Stacks. Aber sie erfordern zuverlässige Daten. Wenn Sie Ihr CIAM mit Ihrer CDP integrieren, können Sie sicherstellen, dass Ihre Datensätze mit echten Kunden verknüpft sind – und werden sich leicht tun, die bei der Registrierung erfassten Zero-Party-Daten mit den First-Party-Analysedaten anderer Quellen zu verknüpfen.

## Erfahren Sie mehr über die Rolle von CIAM im Einzelhandel

Dieser Guide ist Teil einer fünfteiligen Reihe. Jeder Teil konzentriert sich auf einen anderen Aspekt von CIAM und den Einsatz im Handel.

Mehr dazu auf der unten verlinkten Landing Page.



### **Erfahren Sie mehr darüber, wie eine robuste Customer Identity-Lösung zu Ihrem Umsatz beitragen kann**

Besuchen Sie **[diese Seite](#)**, um zu berechnen, wie Okta Ihrem Unternehmen dabei helfen kann, die Konversionsrate und den Umsatz zu steigern.

## Erfahren Sie mehr über Identity Management mit Okta

Eine leistungsstarke Identity-Lösung zu entwickeln und zu betreiben – eine, die Ihr Unternehmen wirklich weiterbringt, statt es zu bremsen – ist ein anspruchsvolles Projekt,

Okta ist das weltweit führende Identity-Unternehmen und unterstützt Handelsunternehmen auf der ganzen Welt dabei, eine hochwertige digitale Experience bereitzustellen. Schützen Sie die Daten Ihrer Kunden – und lernen Sie sie dabei besser kennen. Mehr dazu unter **[okta.com/de](https://okta.com/de)**.

### **Über Okta**

Mehr dazu erfahren Sie unter: [www.okta.com/de](https://www.okta.com/de). Okta ist der führende unabhängige Anbieter von Identity-Lösungen für Entwickler und Unternehmen. Die Okta Identity Cloud verbindet Unternehmen sicher mit ihren Kunden, Partnern und Mitarbeitenden. Mit tiefen Integrationen für über 7.000 Anwendungen ermöglicht die Okta Identity Cloud einfache und sichere Zugriffe – für jeden User und jedes Device.

Tausende von Kunden – darunter 20th Century Fox, Adobe, Dish Networks, Experian, Flex, LinkedIn und News Corp – setzen auf Okta, um schneller zu arbeiten, ihren Umsatz zu steigern und sicher zu bleiben. Okta ermöglicht es Kunden, die Technologien, auf die sie bei ihrer Arbeit angewiesen sind, einfach und sicher einzusetzen – und ihre Aufgaben auf diese Weise schneller zu erledigen.

**okta**

Okta Germany  
Niederlassung München  
Salvatorplatz 3  
80333 München  
[info\\_germany@okta.com](mailto:info_germany@okta.com)  
+49 (89) 26203329