

Pressemitteilung

DMX Austria: Geballte E-Business Power - econda und DYMATRIX zeigen wie sich mit Marketing Automation und Personalisierung die Kundenzufriedenheit und Umsätze im E-Business steigern lassen

Die Technologieanbieter präsentieren neue Denkansätze im Digitalen Marketing

Karlsruhe / Stuttgart, 23. April 2015 – Am 20. und 21. Mai 2015 findet in Wien die DMX Austria – die Leitmesse für Digital Marketing – statt. econda und DYMATRIX, zwei der führenden Technologieanbieter auf dem europäischen Markt für Digitales Marketing, präsentieren an Stand C.04/Halle C1 ihre Best-of-Breed Technologien für Marketing Automation, Advanced Analytics, Personalization und Services.

Mit der innovativen Marketing Automation Lösung von DYMATRIX können passende und inhaltlich relevante Botschaften und Angebote zum richtigen Zeitpunkt, über alle In- und Outbound-Kanäle automatisiert versendet werden. Die Kundenansprache erfolgt individuell und event-/datengetrieben. Kundenorientierten Unternehmen gelingt es so, mehr Umsatz pro Kunde sowie eine höhere Kundenloyalität zu generieren.

Immer mehr Kunden und Endverbraucher machen ihre Kaufentscheidung von Coupons und Gutscheinen abhängig. Der DYMATRIX-Ansatz ermöglicht Gutschein-Publishern kundenindividuelles Gutscheinverhalten zu modellieren und nur den Kunden – bei welchen ein positiver Einfluss der Kaufentscheidung zu erwarten ist – einen geeigneten Coupon anzubieten. Die Erfahrungen in der Praxis zeigen, dass durch dieser State of the Art Ansatz der ROI zwischen 20-50% verbessert werden kann. Erik Obermeier, Director Business Development DYMATRIX, stellt am 20.05.2015 um 12.25 Uhr im Praxisforum 1, Halle C1 dieses Vorgehen und Praxisbeispiele vor.

econda stellt den Messebesuchern mit Cross Sell die High-End Lösung für Content-Individualisierung und Personalisierung vor. Die Software ermöglicht E-Business Betreibern im Onlineshop oder auf der Webseite ihren Besuchern in allen Channels automatisch die richtigen Produkte anzuzeigen. Umsätze und Kundenzufriedenheit lassen sich somit langfristig steigern.

Mit Cross Sell lassen sich verschiedene Effekte realisieren von denen das E-Business profitiert. Ein häufiges Szenario ist, dass sich Webshop-Besucher Produkte anschauen, diese aber nicht kaufen. Über Post-Conversion Effekte können diesen Besuchern die bereits angeschauten Produkte nach einer bestimmten Zeit gezielt angeboten und dadurch zum Kauf animiert werden. Zudem werden Up-Selling Potenziale von der Lösung erkannt. So können beispielsweise Zubehörprodukte, bei denen Kunden gerne zugreifen und Produkte kaufen, die aktuell nicht auf ihrer Einkaufsliste standen, geschickt eingesetzt werden.

Wie sich konkret mit Personalisierung die Kundenzufriedenheit und die Umsätze steigern lassen, zeigt Peter Stahl, Senior Business Developer econda anhand von Praxisbeispielen in seinem Vortrag, am 21.05.2015 um 13.45 Uhr im Praxisforum 1.

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.888

Bei Veröffentlichung freuen wir uns über ein Belegexemplar

Über econda

Die econda GmbH mit Sitz in Karlsruhe zählt zu den führenden Anbietern von Webanalyse- und Personalisierungs- Lösungen auf dem europäischen Markt. Mit den Data-Driven E-Commerce und Content Suites bietet econda Komplettlösungen für datengetriebenen und kundenzentrierten E-Commerce und Digital Relationship Management. Die Data-Driven Suites vereinen sechs Produkte von der Shop, Site oder Portal Analyse bis zum Cross Selling, mit denen die gesamte Bandbreite für ein datengetriebenes und kundenzentriertes E-Business abgedeckt werden.

Zu den econda Kunden zählen: s.Oliver, Bosch, Strato, Haufe Verlagsgruppe, WGZ Bank, WEB.DE, GMX, Deichmann, Planet Sports, ePlus, Babywalz, Rossmann, Dehner, real,-, Heine,

Kiveda, Intersport, Base und billiger.de. Weitere Informationen finden Sie unter:
www.econda.de.

Über DYMATRIX

Die DYMATRIX CONSULTING GROUP GmbH ist einer der führenden deutschen Lösungsanbieter für die Themen **Customer Analytics, Marketing Automation, Personalized Recommendations** und **Kampagnenmanagement**. Der Fokus liegt dabei auf dem Auf- und Ausbau von Kundenwissen als Basis für erfolgreiche Unternehmenssteuerung und effizientes Marketing. Die Analytiker der DYMATRIX verfügen über branchenübergreifendes Know-how aus über 950 Projekten im Mittelstand und bei DAX-notierten Großunternehmen, bei Spezialanbietern sowie Marktführern.

Die Softwarelösung **Customer Insight Suite** basiert auf den jahrelangen Erfahrungen der DYMATRIX in diesem Themenumfeld. Mit ihr können Unternehmen ihre Kunden/ Interessenten mit individualisierten Angeboten kanalübergreifend ansprechen. Sie können dadurch passende und inhaltlich relevante Botschaften und Angebote zum passenden Zeitpunkt, und damit auch in Echtzeit, über alle In- und Outbound-Kanäle anbieten. Basis bildet die integrierte Web- und Kundenanalyse, welche auf dem **historischen und gegenwärtigen Kundenverhalten** aufbaut.

Mehr Informationen unter www.dymatrix.de

Pressekontakt:

Franziska Pürner
Marketing Manager
DYMATRIX CONSULTING GROUP GmbH

Telefon: +49 711 22 007 88-69

Telefax: +49 711 22 007 88-88

E-Mail: f.puerner@dymatrix.de

Cornelia Dürr
Senior PR Manager
econda GmbH

Tel. +49 721 663035-650

Fax +49 721 663035-10

E-Mail: duerr@econda.de