

OXID eSales & econda definieren Customer Experience neu

26.10.2018, 09:17 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *OXID eSales AG*

Presseagentur: *vibrio*



Relevanter Content und das passende Produkt zum richtigen Zeitpunkt sorgen für zufriedene Kunden

Freiburg, 25. Oktober 2018 – Wenn im E-Commerce zusammenkommt was zusammengehört, entstehen mehrwertstiftende Lösungen für ein einzigartiges Einkaufserlebnis: die personalisierte Ansprache des Kunden beim Online-Einkauf dank einer Personalisierungsoption direkt in der Shopsoftware! Die OXID eSales AG, als Anbieter der meist verbreiteten E-Commerce-Plattform, OXID eShop, und econda, Komplett-Anbieter für Echtzeitpersonalisierung und Analytics, machen die Schlüsseltechnologien KI und Machine Learning für den Markt einfach und out of the box nutzbar. Und das DSGVO-konform und ePrivacy ready.

„Der Kunde ist heute oft digitaler unterwegs als viele Händler. Er ist konditioniert durch Komfort und Services von Amazon, Zalando, Facebook und Co., und daher enorm anspruchsvoll geworden. Das betrifft auch die individualisierten Angebote“, sagt Roland Fesenmayr, CEO der OXID eSales AG. „Die Zeiten von ‚one size fits all‘ sind vorbei. 75% der Nutzer sind genervt, wenn Sie irrelevante Produkte oder nutzlosen Content angezeigt bekommen. Nur wer online dem Interessenten das richtige Produkt zur richtigen Zeit anbietet, wird im harten E-Commerce-Wettbewerb noch erfolgreich sein.“

econda Geschäftsführer Christian Hagemeyer verspricht Händlern, die auf die Personalisierungsoption setzen: „Im OXID eShop gehen wir mit dieser Lösung weit über den derzeit noch gängigen Recommendation-Ansatz der allermeisten Shops hinaus. Wer unsere Option einsetzt, lernt mit jedem Klick des Kunden dazu und bringt das eigene Angebot mit der individuellen Nachfrage direkt zusammen. Das ist ein entscheidender Wettbewerbsvorteil, der schnell

auf den digitalen Unternehmenserfolg einzahlt.“

Personalisierung bedeutet Userdaten auszuwerten, den Besucher zu identifizieren, das passende Angebot auszuspielen und anschließend das Verhalten zu bewerten. Das Ergebnis: Beim Aufruf eines Webshops durch den Kunden werden alle seine aktuell verfügbaren Daten wie Klicks und Nutzerprofil im selben Moment ausgewertet und das passende Angebot ausgespielt. Je nach Klickverhalten und weiteren bekannten Parametern (Alter, Geschlecht, Wohnort u.s.w.) entsteht ein völlig anderes Angebot als bisher. Daraus resultiert für den Kunden eine bessere Entscheidungsfindung, eine höhere Wahrscheinlichkeit, den Kauf abzuschließen und aufgrund des positiven Erlebnisses der Wunsch, für den nächsten Einkauf wiederzukommen. Der Online-Händler erhöht die Conversion Rate und stärkt die Kundenbindung.

Neukunden buchen die Personalisierungsoption im OXID eShop einfach dazu und erhalten dadurch Zugriff auf das Modul, das sie sofort einsetzen können. Das besondere an der OXID – econda Lösung ist, dass Online-Händler die Kontrolle über ihre Daten inhouse behalten. „Die Personalisierungsoption richtet sich insbesondere an Shop-Betreiber, die jetzt in das Thema einsteigen wollen, und aus vielerlei Gründen noch großen Respekt davor haben“, erklärt Pierluigi Meloni, Product Manager bei OXID eSales. „Unsere Lösung reduziert Einstiegshürden. Sie ist technisch nahtlos integriert und der Händler behält die volle Datenhoheit. Sie bietet außerdem ein sehr attraktives Preis-/Leistungsverhältnis. Etwas Vergleichbares ist derzeit am Markt nicht zu finden.“

Mehr erfahren Sie hier: <https://www.oxid-esales.com/index.php?id=257>

Interessenten registrieren sich hier, um weitere Informationen zu erhalten: <https://go.oxid-esales.com/Personalisierungsoption.html>

Portrait

Die OXID eSales AG gehört zu den führenden Anbietern von E-Commerce-Lösungen und Dienstleistungen. Auf Basis der OXID-Plattform lassen sich skalierbare, modulare und hochwertige Webshops in allen Branchen, für B2B ebenso wie für B2C, aufsetzen und effizient betreiben. Im B2C-Geschäft vertrauen Unternehmen wie Bitburger, Trigema, AIDA und Zwilling auf OXID. Die umfassende Lösung für B2B Shopbetreiber nutzen unter anderem Mercedes-Benz Gebrauchtteile Center, Magura, 3M und Murrelektronik. Die modulare Standardsoftware wird dabei von über 150 Solution Partnern nach Wunsch implementiert, eine stetig wachsende Open Source-Gemeinde sorgt stets für neue und marktgerechte Impulse, mit der die Software voll dem Bedarf entspricht. Webshop, Mobile und Point of Sale (POS) decken dabei das volle Multichannel-Spektrum ab.

News-ID: 1024066 • Views: 468 (Stand: 12.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1024066/OXID-eSales-econda-definieren-Customer-Experience-neu.html>