

PRESSEMITTEILUNG

Customer Data Enrichment: trbo ermöglicht Online-Händlern holistische Nutzung von Kunden- und Userdaten

München, 30. August 2021 - trbo, die führende Onsite-Personalisierungs-Plattform, ermöglicht Online-Händlern und Shop-Betreibern die holistische Datennutzung zur Website-Personalisierung.

User haben hohe Ansprüche an das Surf- und Einkaufserlebnis online. Sie wünschen sich individuell auf ihre Bedürfnisse abgestimmte Inhalte und Angebote. Die Onsite-Personalisierungs-Plattform trbo hilft Online-Händlern und Website-Betreibern, genau diese Wünsche zu erfüllen und mittels Onsite-Personalisierung besondere Erlebnisse zu bieten. Zur perfekt personalisierten Ansprache benötigen Shopbetreiber vor allem eines: Daten zu ihren Nutzern.

Customer Data Enrichment: Datensilos aufbrechen zu einer 360-Grad Kundensicht

Durch Customer Data Enrichment hilft trbo Online-Shops und Websites, Datensilos aufzubrechen. Die verschiedensten Datenquellen können durch offene Schnittstellen an die Plattform angebunden werden und ermöglichen die holistische Nutzung von Kunden- und Userdaten in der Onsite-Personalisierung. Zudem werden Daten flexibel von trbo in weitere Systeme überführt, um sie für kanalübergreifende Marketingmaßnahmen zu verwenden. Das ermöglicht eine 360-Grad Sicht auf die Kunden und eine neue, tiefere Ebene der personalisierten Kundenansprache.

Customer Data Enrichment bei trbo umfasst verschiedene Möglichkeiten:

Datenquellen der Website - trbo erhebt in Echtzeit über 50 Besucher-Merkmale auf der Website. Hierzu zählen z.B. Geo- oder Devicedaten, aber auch Informationen zum Surfverhalten. Diese Daten werden KI-basiert dazu verwendet, das Surf- und Einkaufserlebnis zu optimieren.

Datenschnittstellen zu trbo - Onsite-Daten können in trbo mit weiteren Transaktions- und Kundendaten aus Customer Data Platforms (CDPs), CRM-Systemen, BI-Lösungen und vielen weiteren Quellen angereichert werden. Durch umfangreiche Kundenprofile wird die personalisierte Ansprache auf der Website noch besser.

Datenschnittstellen zu externen Systemen - Durch offene, bi-direktionale Schnittstellen können Onsite-Daten an externe Systeme wie CDPs, Email Service Provider, das CRM, BI-Lösungen oder Analytics-Tools weitergegeben werden, um dort neue Audiences zu erschließen und sie in der kanalübergreifenden Kundenansprache zu verwenden.

“Durch die Möglichkeit der Anreicherung von Kunden- und Nutzerdaten können Shopbetreiber eine wertvolle Optimierung erreichen.. Mit einer holistischen Datenbasis und einer 360-Grad-Kundensicht wird eine noch tiefere Personalisierung und damit ein



außergewöhnliches Surf- und Einkaufserlebnis Wirklichkeit,“ fasst Felix Schirl, Gründer und CEO der trbo GmbH, zusammen.

Weitere Informationen zu den Möglichkeiten des Customer Data Enrichments bei trbo finden Sie unter: <https://www.trbo.com/leistungen/customer-data-enrichment/>

Über trbo

trbo ist führender Technologieanbieter für die dynamische Onsite-Personalisierung, Optimierung und Testing. Mit der KI-basierten Plattform von trbo lassen sich Inhalte und Angebote von Webseiten individuell und inspirierend gestalten – in Echtzeit abgestimmt auf die Bedürfnislage von Kunden in ihrer Customer Journey. Hierzu analysiert ein selbstlernender Algorithmus das User-Verhalten auf Basis von über 50 Besucher-Merkmalen. Diese Daten erlauben anschließend eine zielgerichtete Auslieferung verschiedenster Inhalte im Design des Online-Auftritts, die das Einkaufserlebnis von Website-Besuchern nachweislich optimieren. Namhafte Händler und Hersteller wie Ströer, Telefónica, mydays, Triumph, Vertbaudet und XXXLutz vertrauen auf die SaaS-Lösung von trbo. Das Unternehmen mit Sitz in München wurde 2013 gegründet. Geschäftsführer ist Felix Schirl.

Pressekontakt

trbo GmbH
Esther Schwan
Teamlead PR & Communications

Leopoldstr. 41 | 80802 München
E: presse@trbo.com
T: +49 (0) 89 - 215 36 68 17