



Episerver übernimmt das Personalisierungsunternehmen Idio

Die Akquisition erweitert Episervers Analytics- und Personalisierungsfähigkeiten für kundenzentrierte Digital Experiences

Berlin, 18. November 2019_ Episerver, der Anbieter für smarte CMS-, E-Commerce- und Omnichannel-Marketing-Lösungen, übernimmt die Content-Personalisierungs- und Content-Analyseplattform Idio™. Die Akquisition beschleunigt die Analytics- und Personalisierungs-Roadmap der Episerver Customer-Centric Digital Experience Plattform™ und adressiert strategisch den aktuellen und zukünftigen Stand von Käuferfahrungen und -erwartungen.

Durch Predictive Analytics in Echtzeit sorgt Idio dafür, dass die Lücke zwischen den Wünschen der Kunden und dem Angebot des jeweiligen Unternehmens geschlossen wird. Idio sagt dabei die Interessen und Absichten jedes einzelnen Käufers voraus und liefert automatisch die bestmöglichen Inhalte, um besser mit den Kunden zu interagieren und so den Umsatz und die Markenaffinität zu steigern.

„Am Ende des Tages realisieren die Verbraucher, dass hinter jeder digitalen Interaktion ein Unternehmen steht, das ihnen etwas verkaufen will – egal, ob über den Warenkorb, Services oder ein Abonnement“, sagt Justin Anovick, Chief Product Officer bei Episerver. „Menschen zum Handeln zu bewegen, ist nicht schwer, wenn ihnen das Unternehmen den richtigen Mehrwert bietet. Die meisten digitalen Interaktionen richten sich jedoch an die breite Masse und enden damit im Nirgendwo.“

Er fügt hinzu: „Episerver liefert Unternehmen zusammen mit Idio genau die Technologie, die sie benötigen, um jedem einzelnen Kunden einen Mehrwert in Form eines echten digitalen One-to-One-Erlebnisses zu verschaffen. Das lässt sich nun final umsetzen. Zudem greifen Episerver und Idio sowohl technisch als auch kulturell nahtlos ineinander. Wir sind hochmotiviert, uns gemeinsam in den kommenden Jahren zu beweisen.“

Um den Aufwand der Personalisierung für Anwender, die bisher meist mit manuellen, regelbasierten Personalisierungs-Engines zu kämpfen haben, so gering wie möglich zu halten, indexiert, analysiert und kategorisiert Idio unstrukturierte Content-Daten automatisch in einem strukturierten Content-Hub. Auf diese Weise entstehen über alle digitalen Kanäle hinweg relevante personalisierte Erlebnisse. Da es sich bei Idio um eine Middleware handelt, ist der Wert der Idio-Akquisition für Kunden weltweit sofort und ohne Integration spürbar.

Laut dem Episerver [B2B-Digital-Experience-Report](#) planen 82 Prozent der B2B-Unternehmen, in den nächsten drei Jahren künstliche Intelligenz zur Personalisierung von Kundenerlebnissen einzusetzen. Episerver kann mit Idio diesen Zeitraum verringern.

„Idio ermöglicht weltweit skalierbare digitale One-to-One-Erlebnisse“, sagt Edward Barrow, CEO von Idio. „Die Akquisition ist der nächste logische Schritt, um unsere Mission zu erfüllen, unsere Kunden dabei zu unterstützen, für ihre Endkunden jederzeit passende, relevante und kanalübergreifende Erlebnisse zu schaffen. Die Kombination aus Episervers fundierter Content- und Commerce-Expertise und Idios prädiktiven und analytischen Fähigkeiten bereitet den Weg für noch mehr Kundenorientierung in den Marketingabteilungen.“



Über Episerver

Episerver unterstützt führende Digitalunternehmen dabei, mühelos einzigartige Kundenerlebnisse zu schaffen – an jedem Kontaktpunkt und mit messbarem Erfolg. Die Episerver Digital Experience Cloud™ vereint Content Management, E-Commerce und digitales Marketing in einer Plattform – inklusive Omnichannel-Möglichkeiten für smarte Personalisierung und intelligente Kampagnen. Das 1994 in Schweden gegründete Unternehmen verfügt über Niederlassungen in Australien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Großbritannien, den Niederlanden, Norwegen, Polen, Schweden, Singapur, Spanien, Südafrika, den USA, den Vereinigten Arabischen Emiraten und Vietnam.

Weitere Informationen unter: www.episerver.de

Über Idio

Mit Idio wird One-to-One-Marketing für B2B-Unternehmen weltweit möglich. Die Idio-Plattform setzt auf Content Intelligence, um die Interessen jedes Kunden vorherzusagen und ihm automatisch relevante One-to-One-Erlebnisse über digitale Kanäle auszuspielen. Globale Player wie Fitch Ratings, PureStorage und TATA vertrauen bereits auf die künstliche Intelligenz von Idio, um die Kundenbindung zu erhöhen, das Pipelinewachstum voranzutreiben und gleichzeitig die Komplexität im Marketing zu reduzieren. Idio wird von führenden SaaS-Investoren unterstützt und hat Niederlassungen in London und New York. Das Unternehmen wurde 2017 von Forrester Research als „Breakout Vendor“ sowie in diesem Jahr von Gartner als „Cool Vendor“ ausgezeichnet.

Weitere Informationen unter: www.idio.ai