

PRESSEMITTEILUNG

Episerver (Optimizely) übernimmt die Customer-Data-Plattform Zaius

Episerver (Optimizely) baut die Führungsposition im Bereich Digital Experience weiter aus und integriert den Kundenkontext in seine Digital-Experience-Plattform

Berlin, 22. März 2021_ Episerver (Optimizely), der führende Anbieter von Digital-Experience-Plattformlösungen, übernimmt Zaius, eine Customer-Data-Plattform (CDP), die den Kontext des Kunden in den Prozess der Generierung und Optimierung digitaler Erlebnisse integriert.

Mit der Akquisition von Zaius unterstreicht Episerver (Optimizely) sein Engagement, Unternehmen dabei zu unterstützen, ihr digitales Potenzial durch die folgenden Faktoren voll zu entfalten:

- **Harmonisieren:**
Zaius erweitert die Digital-Experience-Plattform (DXP) um 50 vorgefertigte Connector-Apps, die durch One-Click-Integrationen und automatisierte Identitätsbestimmung mit Zustimmungsmanagement schneller eine einheitliche Sicht auf den Kunden bieten.
- **Verstehen:**
Die Segmentierungs-Engine von Zaius liefert in Kombination mit Verhaltens- (aus Experimenten) und Transaktionsdaten (aus der Content- und Commerce-Plattform) von Episerver neue Insights mit Hilfe von Prognosen durch den Einsatz von künstlicher Intelligenz und maschinellem Lernen.
- **Handeln:**
Zaius erhält 125 vorkonfigurierte Orchestrierungsoptionen, die es Marketer ermöglichen, optimale Maßnahmen zu ergreifen – basierend auf dem vollständigen Kontext der digitalen Performance, die nun über den gesamten Prozess von der Erstellung bis hin zur Optimierung sichtbar ist.

„Digitale Führungskräfte konzentrieren sich darauf, Ergebnisse zu erzielen. Ihnen fehlt jedoch häufig der geeignete Ansatz, da sie nicht wissen, ob sie die richtigen Inhalte im richtigen Format zur richtigen Zeit bereitstellen“, sagt Alex Atzberger, CEO von Episerver (Optimizely). „Mit Zaius als Teil der Digital-Experience-Plattform von Episerver (Optimizely) integrieren wir den Kontext des Kunden in digitale Entscheidungen, die so den ROI maximieren. Somit können wir Datensilos aufbrechen und Geschäftsführern umfassende Einblicke in die Customer Journey bieten, die datengestützte Entscheidungen ermöglichen und so überdurchschnittliche Ergebnisse erzielen.“

Die kundenzentrierte DXP von Episerver (Optimizely) konzentriert sich auf die Erstellung und Optimierung digitaler Erlebnisse. Mit der CDP von Zaius – einschließlich der KI- und ML-Möglichkeiten – liefert die Plattform noch mehr wertvolle Insights, indem sie Transparenz und Anleitung durch die Brille des Kunden bietet.

„Wir bei Zaius haben schon immer daran geglaubt, dass der Kontext des Kunden ein entscheidender Vorteil ist, um wirklich relevante Erlebnisse für Kunden zu schaffen“, sagt Spencer Pingry, Mitgründer und Co-CEO von Zaius. „Analysen, Segmentierung, Vorhersagen und Personalisierung, die durch diesen Kontext gefördert werden, führen zu Erlebnissen, die wiederum die Kundenbindung fördern. Wir sind stolz darauf, welches Wachstum auf diese Weise für unsere Kunden und Partner entstanden ist, und freuen uns, nun gemeinsam mit Episerver (Optimizely) darauf aufzubauen.“

Über Episerver (Optimizely)

Episerver (Optimizely) hat es sich zur Aufgabe gemacht, Marken dabei zu helfen, ihr digitales Potenzial zu entfalten. Mit der führenden Digital-Experience-Plattform (DXP) profitieren führende Digitalunternehmen von den notwendigen Tools und Insights, um datengestützt einzigartige Kundenerlebnisse zu schaffen. Die Entwicklung anspruchsvoller Lösungen war dabei noch nie so einfach.

Die über 900 Partner und 1100 Mitarbeiter von Optimizely unterstützen in Niederlassungen weltweit mehr als 900 Marken dabei, ihren Customer Lifetime Value zu steigern, Umsätze zu erhöhen und ihre Marken auszubauen – darunter Toyota, Santander, eBay, KLM oder Mazda.

Weitere Informationen unter: <https://www.episerver.com/de/campaign/optimizely>

Über Zaius

Zaius ist eine Activated-Customer-Data-Plattform, die wachsenden Marken dabei unterstützt, einen höheren Customer Lifetime Value zu generieren, indem sie Relevanz über die gesamte Customer Journey beisteuert – vom anonymen Browser bis zum treuen Kunden. Zaius richtet dabei Unternehmen komplett auf Kundendaten aus und ermöglicht es digitalen Führungskräften, durch die Harmonisierung und das Verständnis ihrer Daten sowie geeigneten Maßnahmen relevante Kundenerlebnisse zu schaffen, die ihre Marke differenzieren und die Kundentreue steigern.