

Neuer Data Core Service von Optimizely stärkt Digital Experience Platform

Kostenloser Service vereinheitlicht produktübergreifende Daten für detaillierte Insights

Berlin, 22. September 2021 – Ab sofort ergänzt der neue Data Core Service (DCS) das Portfolio von [Optimizely](#). Der führende Anbieter digitaler Erlebnisplattformen erweitert damit seine Digital Experience Platform (DXP). Der neue Data Core Service ermöglicht noch detailliertere Analysen und bietet Nutzern über die gesamte Optimizely Suite hinweg einheitliche Insights. Dadurch erhalten Unternehmen ein besseres Verständnis für ihre Kunden und ihre gesamte digitale Business Performance.

Daten als Alleinstellungsmerkmal

Für Unternehmen stellen Daten das Lebenselixier im E-Commerce dar. Auf Daten basieren heute Geschäftsmodelle, aus Daten schöpfen Unternehmen Werte. Sie haben das Potenzial, das wertvollste und stärkste Unterscheidungsmerkmal eines Unternehmens zu sein. Oftmals liegen diese Daten jedoch an verschiedenen Orten. Das mindert deren Wert und Qualität.

Data Core Service vereint und vereinheitlicht Daten

Kunden profitieren vom DCS in zweifacher Hinsicht. Einerseits führt er dezentralisierte Daten aus unterschiedlichsten Quellen an einem zentralen Ort zusammen. Dort erhalten Kunden über intuitive Dashboards und umfangreiche Analyse-Funktionen jederzeit aussagekräftige und belastbare Informationen über die Leistung ihres digitalen Geschäfts. Andererseits aggregiert der DCS verschiedenste Datenarten, die zum Beispiel aus Assets oder Verhaltensweisen bestehen oder als Grundlage für inhaltsbezogene, handelsbezogene und experimentelle Anwendungsfälle sowie für die Erstellung von Kundenprofilen dienen.

Vollständiger Einblick

„Die beste DXP muss anpassungsfähig sein, aber Unternehmen sollten dazu keine disparaten Datensätze verwalten oder sich fragen müssen, wo die einzige Quelle der Datenwahrheit liegt“, sagte Justin Anovick, Chief Product Officer von Optimizely, während des virtuellen [Opticon21](#)-Events des Unternehmens. „Mit der Einführung des DCS geben wir unseren Kunden einen vollständigen Einblick in ihre Daten, ohne dabei die Kompatibilität zu beeinträchtigen.“

Der Start des DCS folgt auf dem Zusammenschluss der Marken Optimizely und Episerver sowie der Übernahme von Zaius im März 2021. Unter der Marke Optimizely setzen die drei Partner zukünftig den Aufbau einer Plattform für Digital Marketer und digitale Produktmanager fort.

Erfahren Sie mehr über Optimizelys [DXP](#).

Über Optimizely

Optimizely unterstützt Unternehmen und Organisationen dabei, ihr digitales Potenzial auszuschöpfen. Mit der Digital-Experience-Plattform (DXP) setzt der führende E-Commerce-Spezialist neue Maßstäbe in der Entwicklung hyper-

personalisierter und datengestützter Erlebnisse. Mehr als 1.1000 Mitarbeiter und über 900 Vertriebspartner arbeiten weltweit für Optimizely. Sie helfen weit über 9.000 Marken, darunter Toyota, Santander, eBay, KLM und Mazda, dabei, die Customer Lifetime Value zu steigern, den Umsatz zu erhöhen und die Markenreputation auszubauen. Weitere Informationen unter: [optimizely.com](https://www.optimizely.com).