

Optimizely führt als erstes Unternehmen der Branche KI-Agenten für den gesamten Marketing-Workflow ein

Optimizely festigt seine Führungsposition als erste KI-basierte DXP und erweitert den integrierten KI-Assistenten Opal um individualisierbare, markenspezifische KI-Agenten für jeden Marketing-Anwendungsfall.

Berlin, 27. November 2024 – Optimizely, der führende Anbieter von digitalen Erlebnisplattformen (DXP) und die weltweit größte Plattform für Experimentation, hat jetzt seine KI-Agenten für alle wichtigen Marketingfunktionen vorgestellt – von der Content-Generierung und Kampagnenerstellung bis hin zum Projektmanagement und der Zusammenfassung von Experimenten.

Der Zugriff auf die KI-Marketing-Agenten erfolgt über Opal, den integrierten KI-Assistenten von Optimizely One, und lässt sich flexibel für jedes Marketingszenario konfigurieren. Die Agenten werden durch [Googles Gemini-Modelle – ein hochmodernes LLM](#) – unterstützt und greifen auf zahlreiche Quellen zurück. Zu diesen zählen Unternehmensinformationen, Markenrichtlinien, bestehende Inhalte und benutzerdefinierte Anweisungen. So können die Agenten auf ganz unterschiedliche Anfragen reagieren und auf Basis von Optimizely One Maßnahmen ergreifen. Die KI-Agenten lassen sich dabei nahtlos in bestehende Workflows integrieren, sodass Marketer unterschiedliche Anweisungen miteinander verknüpfen und dadurch ihre Kreativität ebenso wie ihre Produktivität steigern können.

Seit Opal-Einführung: Akzeptanz-Anstieg von 500 %

Seit der Einführung des integrierten KI-Assistenten im letzten Jahr ist die Akzeptanz von Opal bei bestehenden Optimizely-Kunden um 500 % gestiegen. Dies verdeutlicht, wie stark die Nachfrage nach intuitiven und zweckmäßigen KI-Funktionen wächst, die nativ in den Marketing-Workflow integriert sind. Mit der neuesten Ankündigung wird Opal zum ersten und einzigen durchgängigen KI-Marketing-Assistenten der Branche erweitert. Die Lösung unterstützt Marketer dabei, Ideen schneller zu entwickeln sowie umzusetzen, administrative Aufgaben zu reduzieren und KI-basierte Erkenntnisse zu liefern, die den Marketing-Output optimieren – alles abgestimmt auf die markenspezifischen Richtlinien des jeweiligen Unternehmens.



„Diese Weiterentwicklung von Opal ist ein entscheidender Schritt für Marketer und revolutioniert die Art und Weise, wie sie KI für ihre täglichen Aufgaben nutzen“, sagt **Rupali Jain, Chief Product Officer bei Optimizely**. „Unsere Tool-Suite ermöglicht es Teams, herausragende personalisierte Erlebnisse mit beispielloser Effizienz zu schaffen. Mit der zunehmenden Verbreitung von KI steht Optimizely damit an der Spitze der Entwicklung und stattet Marketer mit allem aus, was sie brauchen, damit sie in einer digitalen Welt in der ersten Liga mitspielen können.“

Zusätzlich hat Optimizely ein KI-Playbook entwickelt, das praktische Anleitungen zur Implementierung und Nutzung von KI in Marketingstrategien bietet.

Mehr dazu hier: <https://www.optimizely.com/de/campaigns/marketing-pages/ai-playbook/>

Weitere Informationen zu Opal und den neuen KI-Agenten von Optimizely finden Sie unter www.optimizely.com/ai

Über Optimizely

Optimizely versetzt Unternehmen und Organisationen in die Lage, ihr volles digitales Potenzial zu erschließen. Dabei definiert Optimizely die Art und Weise, wie digitale Erlebnisse über alle Kanäle hinweg erstellt und optimiert werden, neu.

Die weltweit führende Digital Experience Platform (DXP) unterstützt mehr als 10.000 Kunden auf der ganzen Welt dabei, den gesamten Content-Lifecycle zu orchestrieren und den Customer Lifetime Value zu steigern, um schlussendlich Umsätze zu erhöhen und das Wachstum zu steigern. Von dieser Kompetenz profitieren unter anderem Marken wie H&M, PayPal, Zoom, Toyota oder Vodafone.

Optimizely greift auf ein Netzwerk aus mehr als 700 Partnern zurück. Das Unternehmen beschäftigt gut 1.500 Mitarbeiter, die sich weltweit auf 21 Niederlassungen verteilen.

Weitere Informationen unter: optimizely.com