

Online-Shops setzen auf SaaS-Empfehlungssoftware

Behavioral Merchandising-Experte Avail Intelligence durch flexibles Software-as-a-Service-Angebot weiter auf Erfolgskurs / Umsatz 2009 fast verdoppelt

München, 9. Februar. Software-as-a-Service (SaaS) ist der Schlüssel zum Erfolg für den schwedischen E-Commerce Experten Avail Intelligence. Mit dem Angebot, seine Behavioral Merchandising-Lösung über Cloud Computing auszulagern, konnte Avail seinen Kundenstamm im vergangenen Jahr nahezu verdoppeln. „Neun von zehn Neukunden entscheiden sich für unsere Behavioral Merchandising-Lösung als Software-as-a-Service“, berichtet Pontus Kristiansson, CEO von Avail Intelligence. Damit gelang es dem Unternehmen, seinen Umsatz 2009 um fast 100 Prozent zu steigern. Gleichzeitig ist auch die Zahl der Angestellten in den vergangenen Monaten um rund 30 Prozent gewachsen.

Das schwedische Unternehmen ist eine der ersten E-Commerce Firmen in Deutschland, die seine Shop-Software auch als SaaS anbietet. Avail Intelligence sieht in diesem Angebot gerade für Online-Shops eine große Chance, Ausgaben im Hardware-Bereich zu senken und damit die Wettbewerbsfähigkeit zu steigern.

Auch hierzulande konnte sich Avail dank des flexiblen Angebots 2009 über Kundenneuzugänge freuen, die auf die Behavioral Merchandising-Lösung als SaaS setzen. Hierzu gehören beispielsweise Otto Office oder medimops.de, ein Online-Shop für gebrauchte CDs, DVDs und Spiele. Diese Unternehmen profitieren mit Avail von der risikofreien Möglichkeit, ein eigenes Behavioral Merchandising zu starten. Neckermann.de, der größte Kunde von Avail Intelligence, setzt ebenfalls auf die flexible SaaS-Lösung und hat die Lösung nun auch im Einsatz, um seine Landing Pages zu optimieren.

Doch auch für 2010 hat sich Avail ehrgeizige Ziele gesetzt. Nach der Büroeröffnung in Italien 2009 steht in diesem Jahr die Eröffnung einer Niederlassung in New York an. „Wir sind optimistisch, auch 2010 sowohl unseren Kundenstamm als auch unsere Umsätze zu verdoppeln“, sagt Kristiansson.

Der E-Commerce-Experte will weiterhin auf aktuelle Trends eingehen und dabei immer die Kundenwünsche im Auge behalten: 2010 steht dabei ganz im Zeichen der Mobilität. Immer mehr Online-Käufer wünschen sich, auch von unterwegs aus per Smartphone zu bestellen und nicht nur vom stationären PC zu Hause oder im Büro. Hier geht Avail mit gutem Beispiel voran. Bokus, der größte Buchhändler Schwedens, hat gerade eine iPhone-Applikation auf den Markt gebracht, die die Behavioral Merchandising-Lösung von Avail nutzt. Für die Web-Shopper bedeutet dies noch mehr Flexibilität: „Wenn die iPhone-Nutzer im Zug oder aus der Mittagspause im Park einkaufen, müssen sie nicht auf die persönlichen Produktempfehlungen verzichten“, sagt Pontus Kristiansson. „Diese mobile Freiheit wollen wir auch in Deutschland weiter ausbauen.“

Weitere Informationen zu den Funktionen und Services von Avail SaaS, Avail Local Install sowie Avail Express unter: <http://www.avail.net/de/produkt/erfahren-sie-mir-features/>

Unternehmensinformation / Kurzprofil:

Über Avail Intelligence

Avail Intelligence ist der Vorreiter im Bereich Behavioral Merchandising für den Online-Handel. Avail Behavioral Merchandising ist eine voll automatische, integrierbare Empfehlungs-, Personalisierungs- und Merchandising-Lösung. Diese schlägt jedem Besucher automatisch das relevanteste Produkt vor und maximiert somit die Konversionsraten und die durchschnittlichen Bestellwerte.

Im Gegensatz zu allgemeinen Anbietern von Merchandising- und Empfehlungsprogrammen, widmet sich Avail ausschließlich dem Online-Handel, um deren bevorzugter Partner fürs Merchandising zu sein.

Mithilfe modernster mathematischer Techniken des Forschungs-Centers Avail Labs kann die Behavioral Merchandising Lösung von Avail die kollektiven verhaltensbasierten Daten aller Website-Besucher nutzen. Dadurch personalisiert sie automatisch das Shopping-Erlebnis für jeden individuellen Einkäufer durch den gesamten Customer Interaction Cycle™ einer einzigen oder mehrerer Websites. Die Ergebnisse dieser Analyse führen zu signifikanten, schnellen und messbaren Verbesserungen in Hinblick auf Konversionsraten und durchschnittliche Bestellwerte.

Die Lösung von Avail ist sowohl on-demand als Software as a Service (SaaS) oder zur lokalen Installation hinter der Firewall erhältlich. Avail Intelligence wird von mehr als 80 Prozent der führenden skandinavischen E-Commerce-Seiten genutzt. Zu den größten Kunden in Deutschland zählen neckermann.de, Baby Walz, 3Suisse und Otto Office.

Avail Intelligence ist Preferred Business Partner des Bundesverbandes des Deutschen Versandhandels e.V.

Mehr Informationen finden Sie unter <http://www.availintelligence.de>

Weitere Infos zur Pressemeldung:

<http://www.availintelligence.de>

Diese Seite kommt von

<http://www.firmenpresse.de>

Die URL für diese Seite ist:

<http://www.firmenpresse.de/pressinfo160487.html>