

E-Commerce-Experte Markus Schilling verstärkt Avail Intelligence-Team

Neuer Director Product Management und Client Success unterstützt Avail-Kunden bei erfolgreichem Einsatz ihrer Behavioral Merchandising-Lösung

Frankfurt, 25. Februar 2010. E-Commerce, individuell und kundennah: Am 1. März startet Markus Schilling als neuer Director Product Management und Client Success bei Avail Intelligence. Der Online-Merchandising-Experte soll insbesondere Avail-Kunden dabei unterstützen, die Lösung zur Steigerung ihres Online-Geschäfts noch erfolgreicher einzusetzen. Schilling verfügt über zehn Jahre Erfahrung in E-Commerce und eCRM. So war er seit 1999 in diversen Positionen für den Online-Händler neckermann.de tätig. Während seiner Tätigkeit hatte sich Markus Schilling bereits für die Behavioral Merchandising-Lösung von Avail zur Implementierung bei neckermann.de entschieden.

Schilling unterstützte den Multi-Channel-Versender beispielsweise von 2004 bis 2006 als Manager Frontend und CRM. In dieser Rolle verantwortete er die Konzeption, Optimierung und Weiterentwicklung der Suchmaschine. Als Teamleiter eCRM-Systeme kümmerte sich Schilling von 2006 bis 2008 außerdem um die Bereiche eCRM, M- sowie T-Commerce. Er trug die Verantwortung für Individualisierungs- und Personalisierungsfunktionen der neckermann.de-Website. Zuletzt betreute Schilling als Leiter E-Business Solutions die Teams E-Business-Konzeption und User Experience. Professionelle E-Vermarktungsmodule und eine individualisierte Kundenansprache spielen bei der Online-Strategie des drittgrößten Versandhandel Deutschlands eine bedeutende Rolle.

Der neue Avail-Director Product Management und Client Success Markus Schilling erläutert: „Ich freue mich sehr, dass ich meine vielfältigen Erfahrungen, die ich bereits mit Behavioral Merchandising-Methoden sammeln konnte, nun für die Avail-Kunden einsetzen kann.“ Er fügt hinzu: „Schon als ich die Software bei neckermann.de eingesetzt habe, war ich davon rundum überzeugt und freue mich nun, an federführender Stelle auch andere Kunden von den Vorteilen der Software zu überzeugen und sie dabei zu unterstützen, die Lösung optimal zu nutzen.“

Darüber hinaus möchte der Webexperte die Anforderungen und Wünsche der Kunden in den künftigen Entwicklungsprozess bei Avail einfließen lassen. Der Diplom-Betriebswirt berichtet direkt an den Gründer und CEO von Avail Intelligence, Pontus Kristiansson.

„Markus Schilling ist eine hervorragende Ergänzung für unser Team. Seine langjährigen Erfahrungen aus erster Hand im Bereich des Behavioral Merchandising werten unsere Lösungen weiter auf. Gemeinsam werden wir den E-Commerce weiter optimieren und Online-Shops zu besseren Verkaufsraten verhelfen“, sagt Kristiansson.

Avail Intelligence gelang es 2009, den Umsatz um fast 100 Prozent zu steigern. Gleichzeitig wuchs auch die Zahl der Angestellten in den vergangenen Monaten um rund 30 Prozent. Bei über 200 Websites ist die Lösung des E-Commerce-Spezialisten bereits im Einsatz. 60 Unternehmen in 30 Ländern sind derzeit bei dem schwedischen Unternehmen unter Vertrag. Partnerschaften bestehen hierzulande mit TradeDoubler, Experte im Performance Marketing, und hybris, dem führenden Hersteller von Standardsoftware für Multi-Channel Commerce und Communication. Avail Intelligence ist eine der ersten E-Commerce-Firmen in Deutschland, die ihre Shop-Software auch als SaaS anbietet.

Ein Foto von Markus Schilling finden Sie unter:
<http://files.lewispr.com/clients/availintelligence/germany/img.php>

Weitere Informationen zu den Produkten und Lösungen von Avail Intelligence unter: <http://www.avail.net/de/>

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: www.availintelligence.de

Weitere Infos zur Pressemeldung:

<http://www.avail.net/de/>

Diese Seite kommt von

<http://www.firmenpresse.de>

Die URL für diese Seite ist:

<http://www.firmenpresse.de/pressinfo165977.html>