

Pressemitteilung zur sofortigen Veröffentlichung

Ressorts: E-Commerce, Start-up, Onlinehandel, Marketing Lokal: München, Bayern

Schlagworte: E-Commerce, Onlineversandhandel, Marketing, Retargeting, Paketbeilagen, Individualisierung, Dominik Romer, Adnymics, dmexco

dmexco 2017: Adnymics erfindet klassische Paketwerbung mit Onlinedaten neu **Individualisierung vom Onlineshop ins Paket**

Auf der dmexco im September dreht sich alles um Kundenansprache in den aufregenden Zeiten der umfassenden Digitalisierung. Doch nicht nur Neuheiten wie Virtual Reality, Sprachassistenten oder Chatbots treiben die digitale Revolution voran; auch klassische Touchpoints zwischen Kunde und Händler wie das Paket erleben durch Digitalisierung und Personalisierung neuen Aufwind, wie das Münchner Start-up Adnymics mit seinem Auftritt beim Top-Event des Jahres in Köln beweist.

München, 8. August 2017 – Der 13. und 14. September ist in sämtlichen Terminkalendern der gesamten digitalen Branche besetzt: Dann lädt die dmexco die Macher und Visionäre, Marketing- und Medienprofis, Techies und Kreative der Branche nach Köln ein. Unter dem Motto „Lightening the Age of Transformation“ kombiniert das unumstrittene Top-Event des Jahres die führende Messe für digitales Marketing mit einer außergewöhnlichen Konferenz.

Im Zentrum der hochkarätigen Vorträge steht diesmal das Thema Digitalisierung und dessen Auswirkungen auf Marketing, Marken und ganze Unternehmen. Nur wer den laufenden Veränderungsprozess von der Kommunikation bis ins Produkt hinein beherrscht, wird sein Geschäftsmodell zukunftssicher machen können. Ob Internet of Things, die stark zunehmende Automatisierung und der Einzug der künstlichen Intelligenzen in den Alltag, die Demokratisierung des Erlebnisses durch Virtual Reality oder der Vormarsch von Voice Control – diese Entwicklungen verändern die Marketing- und Markenwelt fundamental. Altbewährte Strategien greifen nicht mehr, bekannte Grenzen verschwimmen.

Der Konsument im Mittelpunkt – dank Personalisierung und individueller Ansprache bis ins Paket

Nur eine Konstante bleibt bestehen: Auch im schnelllebigen Zeitalter der Digitalisierung muss der Kunde im Mittelpunkt aller Bemühungen stehen, wenn Unternehmen seine Gunst gewinnen oder erhalten wollen. Die sinnvolle und weitreichende Nutzung von Onlinedaten an den verschiedensten Touchpoints tritt dabei immer mehr in den Fokus vieler Unternehmen. **Personalisierung**, sowohl in der Werbung als auch im Onlineshop, ist Trumpf. Aber die Daten aus dem Shop zu Kundenverhalten, ihren Interessen und bisherigen Einkäufen können noch viel mehr, wie das Münchner Start-up Adnymics auf der dmexco seinen Besuchern am Stand **B-024 in Halle 7** deutlich machen will. Sie können beispielsweise genutzt werden, um den Kunden direkt im Paket, während des hochemotionalen Auspackerlebnisses zu überzeugen. Die Adnymics-Software wertet das Kauf- und Surfverhalten der Onlinekunden aus und generiert daraus individuell zusammengestellte **Paketbeilagen** mit Produktvorschlägen, personalisierten Gutscheincodes oder eigens zusammengestellten redaktionellen Inhalten. „Dadurch erreichen unsere Beilagen eine hohe Relevanz für den Kunden, was sich in erhöhter Kundenbindung, verbesserter Markenbildung und nicht zuletzt höheren Wiederkaufsraten niederschlägt“, fasst Dominik Romer, Gründer und CEO von Adnymics, die Vorteile zusammen. „Händler vergessen manchmal, dass die personalisierte Customer Journey nicht mit dem Klick auf den Kauf-Button endet. Tatsächlich können sie ihre Kunden auch lange danach noch erreichen – bis hin zum Moment des Auspackens, in dem die Aufmerksamkeit der Kunden für Werbebotschaften nachweislich am höchsten ist.“

Wie aus Kundendaten eine effektive Quelle für effektive Multichannel-Marketinginhalte am

hochemotionalen Touchpoint Paket wird, erklärt Adnymics am 13. und 14. September auf der dmexco in Köln.

zugehöriges Bildmaterial: <http://bit.ly/2vcE6AD>

Pressekontakt adnymics GmbH

für weiterführende Materialien sowie Interview- und Terminanfragen:

Florian Klötzler

Public Relations

Tel.: +49 (0)89 2154 691 32

E-Mail: f.kloetzler@adnymics.com

adnymics GmbH

Denisstr. 1b

80335 München

Über die adnymics GmbH

Das Münchener Start-up Adnymics wurde Ende 2014 gegründet und bietet ein System zur Herstellung von intelligenten Paketbeilagen für den Onlineversandhandel. Das All-in-One-System, bestehend aus Software und Digitaldruckmaschine, analysiert das Surf- und Kaufverhalten von Onlinekäufern und generiert daraus individuelle Produktempfehlungen und redaktionelle Inhalte, die den Versandpaketen in Form von hochwertigen, personalisierten Paketbeilagen hinzugefügt werden. Die Beilagen werden just-in-time in der Logistik von Onlinehändlern produziert. Werbetreibende können in diesen Paketbeilagen zielgerichtete, intelligente Paketanzeigen buchen.

www.adnymics.com