

Pressemitteilung

Zur Internet World: AB Tasty launcht „Nudge Engagement“ für Social Proof Messaging für Online-Medien und den Einzelhandel

AB Tasty „Nudge Engagement“ bietet Einzelhändlern und Onlinemedien eine benutzerfreundliche Lösung für einen schnelleren Return on Investment: Social Proof Messaging in Echtzeit

Köln, 20. Februar 2019. AB Tasty präsentiert auf der Messe Internet World (12. und 13.3. in München) „Nudge Engagement“. Diese Lösung ergänzt die eigene Plattform um zwei Social-Proof-Lösungen* für Onlinemedien und Einzelhandelsunternehmen. Sie bilden eine erste Etappe auf dem Weg zur automatisierten Echtzeit-Personalisierung für Websites.

Die Lösung ist so konzipiert, dass ein Marketer sie ohne Programmierkenntnisse oder Entwicklerwissen nutzen kann. Schnell und intuitiv gelingt ihm ein nach Kundenwünschen anpassbares und dynamisches Social Proof und Dringlichkeits-Messaging für Produkt- und Medienseiten. Die zusätzlichen Vorlagen in „Nudge Engagement“ wurden auf Basis der langjährigen Erfahrung des AB Tasty-Entwicklerteams aus der Zusammenarbeit mit mehr als 750 Firmenkunden in über zehn Jahren entworfen.

„Social Proof und Dringlichkeitsnachrichten sind zwei bekannte Marketingbegriffe aus der Verbraucherpsychologie. Wir haben diese branchenspezifischen, personalisierten und dynamischen Lösungen zur Bereitstellung von Inhalten mithilfe unserer universellen Echtzeit-Datenerfassungsfunktionen entwickelt. Dabei geht es darum, Website-Besucher ‚anzustubsen‘, um sie zum Kauf von Produkten und zum Konsum von Medien zu bringen. Der ROI stellt sich schnell ein. In den nächsten Monaten werden wir weitere branchenspezifische Vorlagen veröffentlichen und diesen Bereich kontinuierlich weiterentwickeln“, erläutert Jean-Yves Simon, VP Product bei AB Tasty.

„‘Nudge Engagement‘ mit branchenspezifischen Vorlagen, die Website-Besucher zum Handeln anregen sollen, ist ein Vorgehen, das auf bekannten kognitiven Vorannahmen beruht. Damit haben wir auf Kundenwünsche reagiert und unsere Produkt-Roadmap entsprechend angepasst. Nudging ist effektiv, aber nicht wirklich aufdringlich, es respektiert die Nutzererfahrung und liefert gleichzeitig einen schnelleren geschäftlichen Erfolg“, erläutert Rémi Aubert, einer der beiden Gründer von AB Tasty.

*Social Proof: Ein psychologisches und soziales Phänomen, bei dem Menschen mit dem Imitieren der Handlungen anderer versuchen, sich in einer bestimmten Situation zu verhalten.

Der Stand von AB Tasty befindet sich in Halle C5, J188.

Über AB Tasty

AB Tasty ist Europas führende All-In-One-Conversion-Optimierung. Die Komplettlösung richtet sich an Anbieter von E-Commerce-Shops oder anderer besucherstarker Webseiten, die einen flexiblen, datengetriebenen Ansatz verfolgen und die Konversionsraten steigern wollen. Zu den rund 750 Kunden von AB Tasty zählen bekannte Namen der französischen und internationalen Internet-Wirtschaft, die von aktuell 200 Mitarbeitern an Standorten in Paris, Bordeaux, Nantes, Berlin, Köln, London, Madrid, New York, San Francisco und Singapur betreut werden.



Unternehmenskontakt

Sonia Höfs, Senior Marketing Manager DACH,
sonia@abtasty.com, 02 21/ 9204 2043

Presse

Sympra GmbH (GPRA), Arno Laxy
arno.laxy@sympra.de, 0 89/15 92 96 76, 01 71/9 32 86 78