

Vom E-Commerce zum Emotional Commerce 2.0:

epoq präsentiert sein neues Feature „Themenwelten“ und das „personalisierte Storytelling“ auf der dmexco 2017

Karlsruhe, 07.09.17 - Storytelling im Online-Handel? Darauf setzen Shop-Anbieter schon länger, um Emotionen bei den Käufern zu wecken und den Umsatz zu steigern. Das E-Commerce-Unternehmen epoq geht nun noch einen Schritt weiter und setzt mit „personalisiertem Storytelling“ einen neuen Trend in der Branche: Emotional Commerce 2.0. Verpackt ist die individuelle Kundenansprache im neuen Feature „Themenwelten“ der Recommendation Engine epoq Inspire. Sie kombiniert den Storytelling-Ansatz mit der individuellen Kaufhistorie der Online-Shopper. Über die Themenwelten können Shop-Betreiber Produktwelten anlegen, konfigurieren sowie personalisieren und anschließend in eine Story einbetten. Epoq präsentiert das neue Feature erstmalig auf der dmexco 2017 (Halle 8.1 Stand C071/D070).

Die Kunden verstehen, die richtigen Produkte für sie ableiten und sie damit begeistern – so lautet der Leitgedanke von epoq. „Um den Kunden das einzigartige Shopperlebnis zu bieten, braucht es eine optimierte und immer individuellere Ansprache“, weiß epoq-Gründer und CEO Thorsten Mühling. Das E-Commerce-Unternehmen unterstützt seine Online-Shop-Kunden daher mit personalisiertem Storytelling. Produkte werden dabei in eine Story eingebettet, die als Inspiration für die Käufer dient. Dazu definiert der Shop-Betreiber das Thema für die gewünschte Produktwelt, zum Beispiel den Style eines Stars oder einen saisonalen Anlass. Diese Produktwelt wird anschließend mit der des individuellen Online-Kunden abgeglichen und epoq Inspire zeigt dem Käufer automatisch die Schnittmenge zur weiteren Kaufinspiration an. „Der Shop-Betreiber gibt also das Thema vor und epoq Inspire führt die Story im Detail aus – das ist Emotional Commerce 2.0“, erklärt Thorsten Mühling den Ansatz. Das Feature sowie weitere Services stellt epoq vom 13.-14. September 2017 auf der dmexco in Köln vor.

„Themenwelten“ – Personalisiertes Storytelling als Inspiration

Das Besondere an den epoq-Themenwelten ist, dass der Online-Shop die Stories stets unter Berücksichtigung der eigenen Marketing-Strategie anzeigt. Welche Produkte anschließend vorgeschlagen werden, hängt außerdem von der individuellen Kundenhistorie ab. Für den Käufer bedeutet das noch persönlichere und genau auf ihn abgestimmte Empfehlungen. Beim Shop-Betreiber wird zusätzlich der Arbeitsaufwand gesenkt, da eine manuelle Zusammenstellung und Pflege der verschiedenen Produkte und Produktkombinationen entfällt. Die Themenwelten können dabei verschiedene Marketing-Maßnahmen bedienen. So sind zum Beispiel saisonale Produktwelten und Anlässe beliebt: Beim Thema „Weihnachten“ können Festtagsartikel als Style vorgegeben, beim „Valentinstag“ die Farbe Rot als Attribut festgelegt oder beim „Frühlingsanfang“ nur Produkte mit leichten Stoffen und bevorzugte Marken angezeigt werden. Unter „Sale-Artikeln“ werden den Kunden zudem personalisierte Sale-Landingpages angeboten. Stories lassen sich außerdem mit bekannten Persönlichkeiten verknüpfen, die eine bestimmte Produktwelt verkörpern – hier wird die Inspirationsquelle Star personalisiert.

Hyperpersonalisierung durch künstliche Intelligenz

Wie funktioniert aber nun das Storytelling in Kombination mit individuellen Kundenbedürfnissen? Grundlage ist ein auf künstlicher Intelligenz basierendes System, das sich durch Erfassen des Klick- und Kaufverhaltens der Kunden selbstlernend optimiert und gezielt auf den einzelnen Kunden eingeht. Um alle Facetten der Personalisierung bedienen zu können, hat epoq das System nun außerdem um ein Hyperpersonalisierungs-Layer erweitert. Dieser bestimmt anhand des Verhaltens der Besucher eines Online-Shops deren Absichten, Vorlieben und Typologien. „Mit jedem Klick eines Users können Personalisierung, Intention und Präferenzen in Echtzeit neu berechnet und als zusätzliche Parameter verwendet werden“, erklärt Michael Bernhard, Gründer und Geschäftsführer von epoq. „Diese erlauben eine noch gezieltere Kundenansprache bei Produktempfehlungen, Suchergebnis-Ranking, dynamischen Newslettern und vielen weiteren Touchpoints.“ Die epoq Hyperpersonalisierung kommt ohne personenbezogene Daten aus und entspricht strengen Datenschutz-Richtlinien.

epoq internet services GmbH

Die epoq internet services GmbH stellt ihren Kunden eine einzigartige Software Suite zur ganzheitlichen Online Shop Personalisierung bereit. Mit den maßgeschneiderten Services schafft epoq begeisterte Shopperlebnisse, entlang der gesamten Customer Journey.

Das Portfolio umfasst eine intelligente Suche, Guided Selling, eine Recommendation Engine und personalisierte E-Mails, die für eine einzigartige Customer Experience sorgen. In über 550 Integrationen weltweit, sorgt die maßgeschneiderte epoq Suite dafür, die Bedürfnisse der Händler, Marken und Shop-Besucher zu erfüllen. Die Services sind einfach zu integrieren und als Software-as-a-Service modular einsetzbar.

Kontakt

epoq internet services GmbH

Daniela Ilincic
+49 (0) 721 - 89334 - 118
ilincic@epoq.de
epoq.de

factum – Ehrliche Kommunikation

Alexander Otto
+49 (0) 89 8091317 - 50
otto@factum-pr.de
factum-pr.com