



Pressemitteilung

Offen und intelligent: DX-Plattform kombiniert Lösungen von Hippo und BloomReach

dmexco 2017: BloomReach stellt neue Digital Experience-Plattform vor

Mountain View/ Amsterdam/ Köln, 11. Juli 2017 +++ BloomReach, Marktführer im Bereich Digital Experience (www.bloomreach.com/en), präsentiert auf der dmexco seine neue Plattform BloomReach Digital Experience (Köln, 13.-14. Sept, Halle 7 Stand D47). Nach der Übernahme des CMS-Spezialisten Hippo (www.onehippo.com/de) im Oktober 2016 hat BloomReach dessen etabliertes Enterprise Content Management System mit den eigenen Tools für eine umfassende Personalisierung der Customer Journey verknüpft. Das Ergebnis: Die BloomReach DXP, eine flexible, selbstlernende Plattform, die E-Commerce-Händlern und Betreibern von Enterprise-Websites eine personalisierte und konsistente Kommunikation mit Besuchern und Kunden ermöglicht – automatisiert und über alle Kanäle hinweg.

Offene System-Architektur für maximale Flexibilität

Die BloomReach Experience Plattform besteht aus den beiden Komponenten „Personalization“ und „Experience“. BloomReach Experience basiert auf dem früheren Hippo CMS Enterprise und umfasst sämtliche Funktionalitäten eines leistungsstarken State-of-the-Art Content Management Systems. Die Komponente BloomReach Personalization beinhaltet als festen Bestandteil ein Analyse-Tool sowie drei weitere Tools, die sich flexibel je nach Bedarf hinzubuchen lassen: für Onsite-Suche, Category Management sowie für Link- und Site-Optimierungen. Die offene System-Architektur der aus zwei Komponenten bestehenden Plattform ermöglicht es, sie an jedes beliebige bestehende System (z.B. CRM, ERP, DAM etc.) zu koppeln. Davon profitieren insbesondere Unternehmen, die bereits zahlreiche unterschiedliche Systeme im Einsatz haben. Ein weiterer Vorteil: Sämtliche Daten und Dokumente können aufgrund der offenen Architektur der Plattform ganz nach Bedarf an jeder beliebigen Stelle wiederverwendet werden, da die Metadaten von den Inhalten getrennt sind.

Künstliche Intelligenz für optimale digitale Erfahrungen

Eine Besonderheit der BloomReach DXP ist die integrierte Künstliche Intelligenz (KI). Diese ermöglicht es, dass die Plattform selbstständig durch jede Aktion – ob Suchanfrage, Klicks auf bestimmte Content-Angebote oder Shopping-Aktivitäten –

dazulernt. Die Plattform analysiert sämtliche registrierten Daten, um auf dieser Basis das digitale Angebot automatisch und kontinuierlich für jeden Nutzer zu optimieren. Ein Beispiel: Suchen Website Besucher sehr häufig nach einem bestimmten Produkt, platziert DXP den entsprechenden Artikel automatisch weiter oben – und erstellt bei Bedarf sogar selbstständig eine passende Kategorie. Auch A/B-Tests werden automatisiert durchgeführt. So erkennt die KI, welche Webseiten- oder Newsletter-Version bei welchen Nutzern besonders gut ankommt und spielt diese automatisch ein.

„Als größte europäische Messe für die Digitale Industrie bietet die dmexco den idealen Rahmen, um unsere neue Plattform BloomReach DXP erstmals in Europa zu präsentieren“, sagt Raj de Datta, CEO und Co-Founder von BloomReach. „In der Digital Experience-Plattform haben wir das Beste aus dem Produktangebot von Hippo und BloomReach zusammengeführt und zu einer innovativen, einzigartigen Lösung weiterentwickelt, mit der Unternehmen ihren Zielgruppen ein optimales digitales Erlebnis bieten können.“

Über BloomReach

BloomReach, mit Hauptsitz in Mountain View, Kalifornien (USA) ist Marktführer im Bereich personalisierter Digital Experience. Ziel des Unternehmens ist, jedem Nutzer eine optimale Customer Experience zu bieten und Anwender bei der Steigerung ihrer Konversionsraten wirkungsvoll zu unterstützen. Applikationen für Content Management, Site-Search, Site-Management, SEO-Optimierung und rollenbasierte Analysen runden das Portfolio von BloomReach ab.

Seit der Gründung im Jahr 2009 hat das Unternehmen ein beeindruckendes Umsatz- und Marktwachstum im Bereich E-Commerce erzielt. Mit der Übernahme des CMS-Spezialisten Hippo im Oktober 2016 erweiterte BloomReach sein Lösungsportfolio, um die Personalisierung von Webseiten mittels Datenanalyse und der Verarbeitung von Informationen aus dem gesamten Internet auf ein neues Niveau zu bringen. Der Zusammenschluss beider Unternehmen resultiert in dem Angebot einer weltweit einzigartigen Digital Experience Plattform. Mithilfe von Daten und intelligenten Algorithmen können Unternehmen aus jeder Branche weltweit personalisierte Digital Experiences kreieren. Zu den namhaften Referenzkunden von BloomReach gehören neben Carhartt WIP, Edeka Nord, dem FC Bayern München, der 1&1 Internet AG und Provinzial auch Randstad, Toys“R“us und Weleda.

Kontakt:

BloomReach Inc
Niels Koekoek
Oosteinde 11
1017 WT Amsterdam
Niederlande
Tel. +31(0)6 2497 6157
niels.koekoek@bloomreach.com
www.bloomreach.com
<https://www.onehippo.com/de>

Möller Horcher Public Relations GmbH
Katja Dreißig
Ludwigstraße 74
63067 Offenbach
Deutschland
Tel. +49 (0)69-809096-49
katja.dreissig@moeller-horcher.de
www.moeller-horcher.de