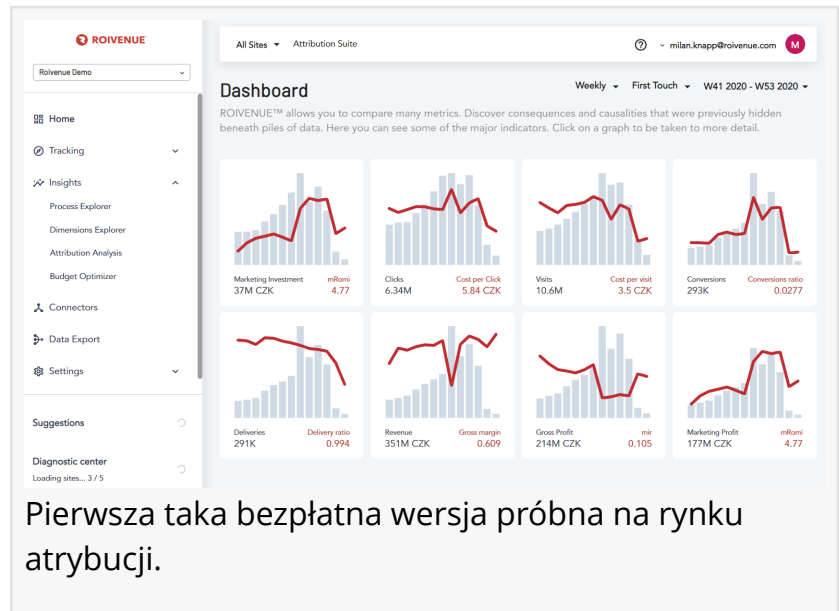


Roivenu jako pierwszy wprowadza bezpłatny okres próbny i rozszerza swoją działalność na Indie.

Klient musi mieć możliwość wypróbowania rozwiązania, zanim zapłaci, mówi CEO Pavel Šíma.

PRAGUE, CZECH REPUBLIC, May 24, 2022 /EINPresswire.com/ -- Czeski startup [Roivenu](https://roivenu.com), który dostarcza rozwiązania Data-Driven Attribution oparte na sztucznej inteligencji, uruchomił w maju możliwość samodzielnej implementacji przez stronę internetową. Pozwala to klientowi na samodzielne łączenie wybranych przez siebie platform i testowanie narzędzia w pełnej skali na własnych danych. To wszystko przed dokonaniem jakiegokolwiek opłaty. Jednocześnie firma rozpoczęła ekspansję na rynki skandynawskie i azjatyckie: notują już nowych użytkowników w Szwecji, a przede wszystkim, po raz pierwszy w Indiach i Zjednoczonych Emiratach Arabskich.



Pierwsza taka bezpłatna wersja próbna na rynku atrybucji.

Kiedy narzędzia Roivenu po raz pierwszy pojawiły się na rynku w 2015 roku, proces wdrażania trwał miesiące. Wciąż jednak znalazł miejsce wśród wielu klientów. Teraz Roivenu jest pierwszą firmą na rynku atrybucji marketingowej, która kilkoma kliknięciami zastąpiła cały proces. Klient musi tylko wybrać, z jakich platform analitycznych i marketingowych, takich jak Google Analytics, Facebook czy Twitter, korzysta i pobrać dane.

W ciągu piętnastu minut, klienci mogą rozpocząć pełnowymiarowy, dwutygodniowy okres próbny, zupełnie bezpłatnie. „Klienci B2B SaaS coraz bardziej domagają się wypróbowania usługi w całości bez zobowiązań w formie Proof of Concept. Jednak nikt w przestrzeni atrybucji marketingowej jeszcze tego nie oferuje. Liczymy na zachęcenie w ten sposób niektórych klientów oraz pokonanie konkurencji która nadal będzie wymagać demo”, mówi Pavel Šíma, założyciel i CEO startupu. „Czternastodniowy okres próbny wystarczy, aby typowy użytkownik nauczył się podstawowych zasad funkcjonowania usługi”, dodaje Šíma. Roivenu, które Pavel założył wraz z czterema innymi partnerami w 2015 r., opracowało własny model atrybucji który wykorzystuje

uczenie maszynowe. Pomaga on specjalistom marketingu osiągnąć wyższe ROI, między innymi poprzez wykrywanie tzw. kanałów pasożytniczych. Kluczowym elementem narzędzia, jest wgląd w ścieżkę klienta, który pozwala analizować wydatki marketingowe na całej jej długości z różnych perspektyw. Usługa obejmuje również narzędzie Budget Optimizer, które ocenia skuteczność reklam na różnych platformach, kanałach i kampaniach, umożliwiając klientom bardziej efektywne przydzielanie budżetu marketingowego.

Ekspansja na Wschód

W 2021 roku, wraz z ukończeniem drugiej wersji serwisu, zawierającej autorskie algorytmy uczenia maszynowego, rozpoczęła się ekspansja zagraniczna na większą skalę. Firma obsługuje obecnie klientów w 13 różnych krajach. W kwietniu br. firma pozyskał pierwszego klienta w Indiach. „Nie zajęło nam dwóch miesięcy od zatrudnienia naszego pierwszego kolegi z Indii do zawarcia pierwszej transakcji. To wyraźnie sygnalizuje nam, że istnieje bezprecedensowe zapotrzebowanie na rozwiązania analityczne na ogromnym, rozwijającym się rynku e-commerce. Na innych rynkach pozyskanie pierwszego klienta zajęło nam czasem ponad rok”, mówi założyciel Roivenu i BOUND. „Celem było utrzymanie zdrowej kondycji finansowej po pandemii, a udało nam się to osiągnąć dzięki rozsądnej polityce cenowej i osobistemu kontaktowi z naszymi użytkownikami. W pierwszym kwartale tego roku zwiększyliśmy przychody o 5% ponad plan: oznacza to wzrost MRR nawet o 68% w porównaniu z pierwszym kwartałem ubiegłego roku”, podsumowuje Šíma. Jeśli tempo wzrostu utrzyma się, do końca tego roku firma powinna osiągnąć obroty w wysokości 1 mln EUR.

Bezpłatna wersja próbna usługi, która jest teraz dostępna również dla klientów z Indii. [Pod tym linkiem](#) można rozpocząć proces implementacji, wystarczy podążać za wskazówkami na stronie. Dla zainteresowanych, pod koniec maja zaplanowane są również [webinar](#), na którym zademonstrowany będzie cały proces i sposób działania usługi.

O Roivenu

Roivenu to zaawansowany zestaw narzędzi analitycznych, wspierający efektywne decyzje marketingowe. Spośród spektrum kanałów marketingowych (Google Analytics, Facebook, Google Ads bądź Heureka) do których jest połączony, wyciąga takie informacje jak koszty inwestycji, profile zachowań klientów czy zyski z zamówień. Z wykorzystaniem sztucznej inteligencji, jest w stanie precyzyjnie podpowiedzieć jak dostosować parametry przyszłych kampanii aby osiągnąć jak najwyższe zyski z tego samego budżetu. W swoim portfolio użytkowników posiada takie firmy jak Sazka, ŠKODA AUTO, DigiLab czy Kytary.cz, którzy zaczęli korzystać z tego narzędzia już w 2017 r. - i urosli w tym czasie z poziomu 4 mln EUR w obrocie, do 40 mld EUR.

Jakub Kosno

Roivenu

+48 796 388 224

jakub.kosno@roivenu.com

Visit us on social media:

[LinkedIn](#)

[Facebook](#)

[Twitter](#)

[Other](#)

This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/573747648>

EIN Presswire's priority is source transparency. We do not allow opaque clients, and our editors try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.

© 1995-2022 Newsmatics Inc. All Right Reserved.