

Nosto und Shopware kündigen Platin-Partnerschaft an, um globale Marken mit intelligenter E-Commerce-Personalisierung zu unterstützen

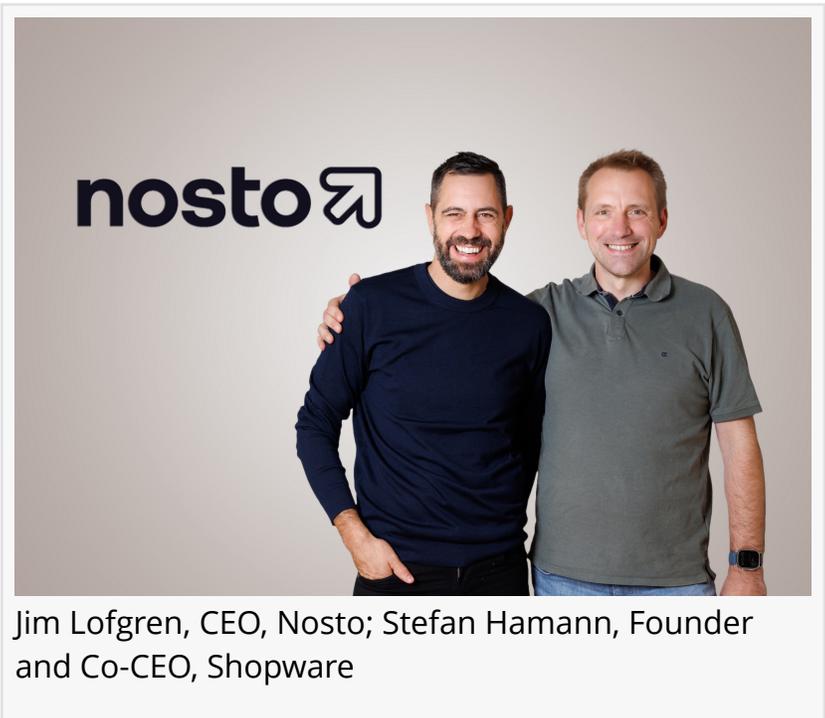
UNITED STATES, October 17, 2023 /EINPresswire.com/ -- [Nosto](#), die führende Commerce Experience Platform (CXP) und [Shopware](#), eine ganzheitliche Omnichannel-Digital-Commerce-Plattform für mittelständische und kleinere Unternehmen, haben heute ihre Platin-Partnerschaft bekannt gegeben, die es internationalen E-Commerce-Marken ermöglicht, durch End-to-End-Personalisierung und Commerce Experience Management Wachstum zu erzielen.

Durch diese Partnerschaft erhalten E-Commerce-Marken, die auf Shopware basieren, Zugang zu KI-gestützten Personalisierungs- und Merchandising-Lösungen für Unternehmen, die relevante und authentische Online-Einkaufserlebnisse schaffen, um die Kundenbindung und den Umsatz zu steigern.

Voraussetzung für den Platin-Partner-Status ist, dass die Anbieter strategische Relevanz für den Zielkundenstamm von Shopware nachweisen, eine konkurrenzlose globale Abdeckung zeigen, ein hohes Maß an Vertrauen in das breitere Technologie-Ökosystem erlangen und nachweisliche Ergebnisse in ihrer Kategorie erzielen.

Die Platin-Partnerschaft gehört zur primären Kategorie „Personalisierung“ und zur sekundären Kategorie „Search und Produktempfehlungen“.

„Diese globale Platin-Partnerschaft zwischen Nosto und Shopware ist nicht nur eine Anerkennung unserer starken Bindung und Zusammenarbeit als Partner seit mehr als zehn



Jim Lofgren, CEO, Nosto; Stefan Hamann, Founder and Co-CEO, Shopware

Jahren, sondern sie steht auch für die entscheidenden kundenorientierten Werte, die wir teilen, sowie für das langfristige Engagement für Innovation im Bereich Künstliche Intelligenz“, so Jim Lofgren, CEO von Nosto.

„Da beide Unternehmen im globalen E-Commerce-Bereich schnell expandieren, war es sinnvoll, unseren gemeinsamen Kunden die einfachste Integration zu ermöglichen, um die neuesten KI-gestützten Segmentierungs-, Personalisierungs-, Such- und Merchandising-Funktionen in Echtzeit auf der ultraflexiblen Plattform von Shopware zu nutzen.“

Die CXP von Nosto bietet Shopware-Händlern die Möglichkeit, ihren Shop mit einer Intelligenzschicht zu erweitern, die modernste KI und fortschrittliche maschinelle Lernalgorithmen nutzt. Diese Intelligenzschicht verarbeitet riesige Mengen von Kunden- und Produktdaten mit dem Ziel, Absichten und Affinitäten zu verstehen und künftige Verhaltensweisen vorherzusagen.

Ein robustes Set von gebrauchsfertigen Kernfunktionen, einschließlich Dashboard & Analytik (um einen vollständigen Überblick über die Leistung von Shops und Kampagnen zu erhalten, indem wichtige E-Commerce-Wachstumsmetriken an einem Ort zusammengefasst werden), Segmentierung & Insights (zur gezielten Ansprache von Käufern anhand von Verhaltens- und Transaktionsdaten), Catalog Explorer (um eine umfassende Rundumsicht auf die Produkt- und Katalogleistung zu bieten) und A/B Testing & Optimierung (zur kontinuierlichen Verbesserung der Erlebnisse im gesamten Onlineshop).

„Wir freuen uns sehr, Nosto als Platin-Partner an Bord zu haben. Unsere beiden Unternehmen haben sich zur Aufgabe gemacht, unvergessliche Einkaufserlebnisse zu schaffen und Händlern dabei zu helfen, ihre Ziele zu erreichen“, betont Stefan Hamann, Co-CEO von Shopware.

„Ich bin überzeugt, dass die Partnerschaft mit Nosto als Anbieter einer Schlüsseltechnologie innerhalb unseres Ökosystems uns dabei helfen wird, Shopware auf globaler Ebene noch beliebter zu machen.“

Zusätzliche CXP-Module sind verfügbar, um das Online-Einkaufserlebnis weiter zu verbessern und zu personalisieren, wie Personalisierte E-Mails (um in jeder E-Mail gezielte Produktempfehlungen zu geben), Pop-Ups (Anzeige relevanter Angebote an jedem Kontaktpunkt), Dynamic Bundles (um ähnliche Artikel vorzuschlagen und den Look für Upselling zu kaufen), Search (um personalisierte Such- und Entdeckungserlebnisse auf der Website zu bieten), Content Personalisierung (um jedes Content-Element auf der gesamten Website anzupassen), Category Merchandising (um Kategorienseiten anzupassen und dem Käuferverhalten und der Affinität zu entsprechen) und Nutzergenerierte Inhalte

(authentische Inhalte nach dem Kauf zur Verwendung auf und außerhalb der Website zu präsentieren).

„Da Shopware die führende E-Commerce-Plattform in der DACH-Region ist, der die größten mittelständischen Marken vertrauen und die mit ihren Investitionen von Carlyle und PayPal ein internationales Wachstum anstrebt, ist es eine großartige Gelegenheit, gemeinsam an einer globalen Marktstrategie zu arbeiten“, sagt Matthäus Bognar, Geschäftsführer, International, Nosto.

„Als Platin-Partner ist es unser Ziel und unsere Verpflichtung, zusammen mit Shopware Händlern in der DACH-Region, in ganz Europa und in den USA ein hervorragendes Such-, Personalisierungs- und Merchandising-Erlebnis zu bieten. Diese Partnerschaft unterstreicht das Engagement, das wir für Shopware und die DACH-Region haben, während wir unsere Mission fortsetzen, jeden Eindruck relevant zu machen.“

Schnelligkeit, einfache Implementierung und Unabhängigkeit von der Entwicklung machen die CXP von Nosto zur ersten Wahl für Shopware-Händler, die schnell vollständig personalisierte, integrierte Einkaufserlebnisse in großem Umfang bereitstellen möchten. Ein einheitliches Erlebnis bedeutet mehr Engagement, mehr Konversionen und mehr Umsatz für jeden neuen und wiederkehrenden Besucher. Die CXP von Nosto kann im Shopware App Store heruntergeladen werden.

„Wir freuen uns sehr über die verstärkte Partnerschaft zwischen Shopware und Nosto, die in unserem Tech-Stack eine wichtige Rolle für das Geschäftswachstum spielen. Durch die nahtlose Integration von Nosto in unsere drei Shopware-Shops können wir KI für hochrelevante Produktentdeckungen nutzen und so die Konversionsrate erhöhen. Darüber hinaus optimiert diese Integration unsere Merchandising-Prozesse, so dass wir unsere Ressourcen für die strategische Planung, Prüfung und Optimierung effizienter einsetzen können, was uns für eine nachhaltige Expansion positioniert. —Dennis Heinzmann, Gründer und Geschäftsführer der Blickfang E-Commerce GmbH

Zur Feier unserer einjährigen Partnerschaft mit Nosto auf Shopware hat Joe Nimble eine bemerkenswerte Entwicklung im Bereich Commerce Experience erlebt. Produktempfehlungen und Pop-Ups haben signifikant zur Steigerung unserer Kundenbindung und Conversion-Rate beigetragen, wie unsere Exit-Popup-Kampagne mit einer beeindruckenden Konversionsrate von 30% zeigt. Besonders schätzen wir die Benutzerfreundlichkeit und Flexibilität des Tools. In der Zukunft freuen wir uns darauf, personalisierte Erlebnisse weiter zu verbessern, beispielsweise indem wir Kunden basierend auf lokalen Wetterbedingungen segmentieren, um wasserabweisende Schuhe an regnerischen Tagen und Wanderschuhe an sonnigen Tagen zu bewerben. —Rainer Schweizer, Ecommerce Performance Manager, Joe Nimble

Mehr über Nosto und Shopware [erfahren Sie hier](#).

[Ends]

Über Nosto

Nosto ermöglicht Online-Marken, authentische, relevante und personalisierte Erlebnisse an jedem Touchpoint und über jedes Gerät zu liefern. Nosto ist eine KI-gestützte, benutzerfreundliche Commerce Experience Plattform (CXP). Sie ermöglicht Marken, überzeugende digitale Erlebnisse zu entwickeln, einzuführen und zu optimieren, ohne dass spezielle IT-Ressourcen oder ein langwieriger Implementierungsprozess erforderlich sind. Führende Marken in über 100 Ländern nutzen Nosto, um ihr Geschäft auszubauen und ihre Kunden zu begeistern. Nosto unterstützt seine Kunden von seinen Büros in New York, Los Angeles, London, Paris, Berlin, Stockholm, Sydney und Helsinki aus.

www.nosto.com

Über Shopware

Shopware, im Jahr 2000 in Schöppingen gegründet, bietet eine ganzheitliche Omnichannel-Digital-Commerce-Plattform für anspruchsvolle mittelständische und kleinere Unternehmen mit hoher Flexibilität und vielfältigen Optionen für B2C, D2C, B2B sowie servicebasierte Anwendungsfälle. Shopware ist gut positioniert und einer der Marktführer in seinem Segment, insbesondere in der DACH-Region, mit einem schnell wachsenden Geschäft in Nordamerika. Die Lösung ist headless, API-first und nutzt eine Open-Source-Architektur, die es Händlern ermöglicht, das Produktangebot individuell anzupassen und zu skalieren und so ein starkes Kundenerlebnis zu schaffen. Darüber hinaus stützt sich Shopware auf ein globales Netzwerk von 1.600 Vertriebs-, Technologie- und Lösungspartnern, die ein stabiles Ökosystem gewährleisten. Shopware-Händler verarbeiten derzeit ein kombiniertes Brutto-Handelsvolumen von mehr als 20 Milliarden USD über die globale Shopware-Plattform.

Medienkontakt

UK/EU/ROW: Uday Radia, +44 (0)7940 584161, CloudNinePR
uradia@cloudninepr.com

Uday Radia

CloudNine PR Ltd

[email us here](#)

This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/661641131>

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.

© 1995-2023 Newsmatics Inc. All Right Reserved.