

Pressemitteilung

E-Commerce: Start-up xavendi erschließt Checkout als

Werbefläche

Das Münchener Start-up xavendi GmbH eröffnet Onlineshop- und Plattformbetreibern zusätzliche Erträge im E-Commerce. Sie führt diese mit Werbekunden zusammen, um individualisierte Angebote auf Bestellbestätigungs- und Logout-Seiten auszuspielen und so hochwertige Neukunden zu gewinnen.

München, 18.04.2018 – Mit der xavendi GmbH erschließen der ehemalige Schober-Geschäftsführer Arturo Rendina und Dr. Jörg Dubiel, Experte für Künstliche Intelligenz (KI) im E-Commerce, den Checkout im E-Commerce systematisch als Werbefläche. Dazu haben sie einen eigenen Algorithmus entwickelt, der Onlineshop- und Plattformbetreiber in die Lage versetzt, ihren Kunden beim Logout individuell auf sie zugeschnittene Angebote Dritter zu unterbreiten. „Mit mehr als 20 Jahren Erfahrung in der Kundenansprache habe ich die Entwicklung des Onlinemarketings seit seinen Anfängen erlebt“, sagt xavendi-Gründer Arturo Rendina.

Keine Gewinnspiele: hochwertige Neukunden dank gezielter Ansprache

„Heute haben Angebote nur dann eine Chance, die Aufmerksamkeitsschwelle der Konsumenten zu überschreiten, wenn sie exakt auf die individuellen Interessen abgestimmt sind und diese zur richtigen Zeit am richtigen Ort adressieren“, fährt der Unternehmensgründer fort. „Entscheidend für die Werbetreibenden ist dabei die Leadqualität. Diese lässt oft zu wünschen übrig. Denn Interessenten, die beispielsweise auf Gewinnspiele reagieren, sind selten Kunden mit echtem Umsatzpotenzial.“

Mit dem Checkout-Bereich in Webshops haben sich die Geschäftspartner einen verhältnismäßig ruhigen, weitgehend werbefreien Ort im E-Commerce ausgesucht. xavendi-Gesellschafter Jörg Dubiel: „Eine abgeschlossene Bestellung empfindet der Käufer in der Regel als kleines Erfolgserlebnis, zu dem ihm der Shopbetreiber verholfen hat. Angebote in

diesem positiven emotionalen Umfeld zu platzieren, verspricht Erfolg. Allerdings setzen Shopbetreiber verständlicherweise alles daran, das Vertrauen ihrer Kunden nicht zu verspielen. Blenden sie Werbung ein, muss diese als eine auf die Person abgestimmte Empfehlung wahrgenommen werden und einen echten Mehrwert bieten.“

Kundendaten werden ausschließlich für individuelle Prognose verwendet

Das gewährleistet ein selbstentwickelter Algorithmus, der die Bestelldaten inklusive weiterer Angaben wie Geschlecht, Alter und Postleitzahl mit anonymisierten, allgemein zugänglichen Daten anreichert und auf dieser Basis prognostiziert, welche Werbeeinblendungen aus dem Anbieterpool am relevantesten für den Shop-Besucher sind. Dabei legt Arturo Rendina Wert darauf, dass die Kundendaten vollkommen in Übereinstimmung mit der neuen Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) gehandhabt werden: „In einem geschlossenen System nutzen wir die Daten ausschließlich dazu, das für den Besucher beste Angebot einzublenden, und speichern sie nicht.“

Der Plattformanbieter nimmt nur Angebote mit einem klar erkennbaren Nutzen auf, damit der Betreiber des Onlineshops seine Kunden mit exklusiven „Extras“ an sich binden kann und die Werbetreibenden die so gewonnenen Neukunden mit einer hohen Erfolgsaussicht ansprechen können. Arturo Rendina: „Das kann eine kostenlose Probefahrt sein, Gratisstrom für einen gewissen Zeitraum oder ein Probeabo ohne Vertragsbindung. Wir sind offen für alle Ideen, sofern sie unseren Qualitätsmaßstäben entsprechen und nicht darauf setzen, Webshopbesucher mit billigen Maschen zu ködern, die an niedrige Instinkte appellieren.“

Der Technologieanbieter vermittelt zwischen Shopbetreibern, Werbekunden und Konsumenten, ohne selbst Daten vorzuhalten. Shopbetreibern eröffnet er neue Monetarisierungsmöglichkeiten ihres E-Commerces. Sie erhalten Provisionen für die über ihre Website generierten Leads. Jörg Dubiel betont, dass der KI-basierte Algorithmus seine Stärke umso mehr ausspielen kann je größer der Datenbestand ist: „Die Klickwahrscheinlichkeit steigt mit der potenziellen Auswahl an Angeboten. Je mehr Teilnehmer wir haben, desto genauer stimmt die Künstliche Intelligenz die Werbeeinblendungen mit dem Käufer ab. Wir verfolgen daher das Ziel, als Plattform schnell zu wachsen. Der Unternehmensname xavendi

verbindet aus gutem Grund das Verkaufen, lateinisch ‚vendere‘, mit dem Buchstabe x, der für die Vernetzung steht. Gemeinsam können wir besser verkaufen und Kunden begeistern.“

Über die xavendi GmbH (www.xavendi.com)

Die xavendi GmbH mit Sitz in München führt Betreiber von Onlineshops sowie -portalen und Werbekunden zusammen, um Bestellbestätigungs- und Logout-Seiten für eine individuelle Marketingansprache zu nutzen. Ein selbstentwickelter Algorithmus garantiert, dass den Besuchern der Onlineshops nur Anzeigen mit einer sehr hohen Konversionswahrscheinlichkeit eingeblendet werden. Gegründet wurde das Start-up 2018 von dem ehemaligen Schober-Geschäftsführer Arturo Rendina und Jörg Dubiel, Experte für Künstliche Intelligenz (KI) im E-Commerce.

Kontakt

Dr. Astrid Schau
Unternehmenskommunikation
Ernststr. 33
42117 Wuppertal
T: +49 (0)202/97368153
M: +49 (0) 162 90 624 18
asc@astridschau.de