



# USERWERK

## PRESSEMITTEILUNG

*E-Commerce / Retail Media / Mediaplanung*

### **Shop-Software: userwerk launcht KI-gesteuertes Kampagnenmanagement-Tool POLAR**

**Ulm, 15. Juli 2024. Mit der Entwicklung von POLAR, einer eigenen Software für Kampagnensteuerung und -controlling, schafft das auf E-Commerce spezialisierte Tech-Unternehmen userwerk nun neue Möglichkeiten, von denen Shop-Betreiber und Markenhersteller gleichermaßen profitieren.**

Über zwei Jahre hat das userwerk-Team an POLAR gearbeitet, jetzt ist die intelligente Software marktreif. Mit klassischem Checkout-Marketing (Dankeschön-Angebot nach dem Einkauf von externen Produkt- und Medienanbietern) ist userwerk groß geworden, und auch bei POLAR steht der Checkout als Touchpoint im Zentrum der Customer Journey. Neu sind jedoch die zahlreichen weiteren Möglichkeiten, die sich mit POLAR realisieren lassen: „Wir können je nach Kundenwunsch und Zielgruppe viel feiner differenzieren“, sagt userwerk-CEO Dr. Markus Kalb. „POLAR erkennt Neukunden und Stammkunden sowie Wiederkehrer ohne oder mit Kaufabschluss. Dazu wird das Klick- und Kaufverhalten identifiziert, ebenso die Verweildauer auf einzelnen Produkten oder Produktkategorien. All das ergibt mit den bewährten Parametern – Alter, Geschlecht und Wohnort – ein sehr aufschlussreiches Bild, mit dem wir die Angebote noch passender ausspielen können.“

#### **Intelligente Kundenanalyse, neue Kundenbindungsmaßnahmen**

Die differenziertere Kundenanalyse kommt jedoch nicht nur den bewährten Dankeschön-Angeboten zugute, sondern bietet gerade Shop-Betreibern neue, intelligente Kundenbindungsmaßnahmen und Umsatzpotenziale. Je nach Nutzerverhalten und gesammelten First-Party-Daten kann ein Shop darauf abgestimmte Rabatte (zum Beispiel

#### **PRESSESERVICE**

Presseinformationen sowie  
honorarfreies Bildmaterial erhalten  
Medienvertreter unter

<https://www.userwerk.com/newsroom>

#### **PRESSEKONTAKT**

Katrin Hrubesch  
Hrubesch Kommunikation  
Allescherstraße 30  
D – 81479 München  
Tel.: +49 (0)163 170 24 91  
E-Mail: [presse@userwerk.com](mailto:presse@userwerk.com)



# USERWERK

## PRESSEMITTEILUNG

auf ein vorher intensiv begutachtetes Produkt), Voucher für den nächsten Einkauf, Deal des Tages, Umfragen, Cross-/Up-Selling anbieten. Auch kann er den Wert des Angebots je nach Einkaufssumme justieren.

Daraus ergeben sich also zwei mögliche Einsatzszenarien für POLAR:

### **1. Shop-Monetarisierung und neue Leads für Markenhersteller**

*In diesem Szenario ist Checkout-Marketing bisher bekannt: Ein Shop-Anbieter integriert eine Dankeschön-Seite, die nach Kaufabschluss angezeigt wird. Hier werden verschiedene Produktproben oder Schnupper-Abos angeboten, die die Kunden mit einem Klick hinzufügen können. Der Shop verdient pro Ausspielung (TKP) und profitiert von einer positiven Kundenbindungsmaßnahme. Der Produktgeber erhält einen neuen Lead (bezahlt wird z. B. per Lead, nicht pro Ausspielung). Durch die differenziertere Kundenanalyse von POLAR können die Produkte noch individueller ausgespielt werden.*

### **2. Kundenbindung und Umsatzsteigerung mit shopeigenen Produkten**

*Bei Szenario zwei nutzt der Shop-Anbieter POLAR ausschließlich für die eigenen Marketing- und Vertriebsmaßnahmen. Hier findet keine zusätzliche Monetarisierung durch die Ausspielung externer Produkte statt. Der Fokus liegt auf umsatzsteigernden und belohnenden Maßnahmen wie Gutscheincodes, Cross-/Up-Selling aus dem vorhandenen Sortiment, Umfragen o.ä. Parallel profitiert der Shop von der Datenanreicherung und Verbesserung der Datenqualität.*

### **Pocket Size Retail Media – smart, innovativ, profitabel**

„Unser Ziel ist es, mit POLAR sowohl den Shops als auch den Markenherstellern eine bestmögliche Performance zu bieten“, betont Kalb. POLAR kann sogar wie ein kleiner Shop im Shop funktionieren, ein exklusiver Brand-Store mit non-endemischen Produkten innerhalb des eigenen Shops. „Aktuell integrieren wir das Shopsystem in den Checkout, perspektivisch lässt es sich aber an jeder beliebigen Stelle einbauen und mit verschiedenen Parametern verknüpfen. Zum Beispiel: „Der Store erscheint nur, wenn jemand über einen bestimmten Zeitraum nicht agiert“, so der Technikexperte. „Mit POLAR haben wir jetzt eine Software,



# USERWERK

## PRESSEMITTEILUNG

die für den E-Commerce so wertvoll ist, dass wir bereits von Retail Media für die Hostentasche sprechen – sehr smart, innovativ und profitabel. Und vor allem: sehr unkompliziert.“ Die Software ist in weniger als zwei Stunden in einen Shop integriert und kann mit Layout und Tonalität individuell konfiguriert werden. Für Produktgeber ist die Integration noch schneller.

### **Neue Leads und Umsätze mit unterschätztem Touchpoint**

Trotz vieler Vorteile wird der Checkout nach wie vor im Vergleich zu anderen Touchpoints stark unterschätzt. Während Retail Media etwa meist den Beginn der Customer Journey bespielt, fokussiert sich userwerk auf den Moment nach dem Einkauf. Hier ist die Aufmerksamkeit besonders hoch. Der Checkout liefert im Vergleich zu anderen E-Commerce-Touchpoints anerkannte Benchmarks wie große Kundenzufriedenheit, hohe Engagement Rate sowie Cross- und Up-Selling-Potenzial. Kalb: „Zu Unrecht ist der Checkout ein vergleichsweise wenig genutzter Touchpoint, die Branche muss ihn gerade in Bezug auf neue Leads und Umsätze ganz neu denken.“

Wie wertvoll der Checkout als Touchpoint im E-Commerce ist, zeigt eine interne userwerk-Nutzeranalyse: effektive Monetarisierung für Shops (manche generieren darüber über 100 Tsd. Euro im Jahr) und 5 bis 10 Prozent Conversion Rate für Produktgeber. Die Kundenzufriedenheit liegt bei 99 Prozent. Zu den Shop-Partnern von userwerk gehören unter anderem OTTO, Hoods.de, Sanicare Apotheke, MediaMarkt, Saturn, Frankonia und ParfumGroup. Zu den Markenherstellern und Produktgebern gehören unter anderem Hubert Burda Media, Der Spiegel, Audible, Barclays, Gefro oder Check24. Damit erzielt userwerk derzeit 10 Millionen Impressions und 500 Tausend Leads im Monat.

### **Über userwerk**

Die userwerk GmbH ist ein auf E-Commerce und Checkout-Marketing spezialisiertes Tech-Unternehmen mit Sitz in Ulm. 2017 von Dr. Markus Kalb gegründet und inzwischen auf ein 40-köpfiges Team aus Digitalmarketing- und Technologie-Spezialisten gewachsen,



# USERWERK

## PRESSEMITTEILUNG

konzentriert sich userwerk auf die Entwicklung und Umsetzung von erfolgsorientierten Marketinglösungen zur Kundengewinnung und -bindung auf den Bestellbestätigungsseiten (Checkout) von E-Commerce-Anbietern aller Branchen und Größen. Das Portfolio umfasst neben strategischer Beratung und Umsetzung mit einer Inhouse-Kreativabteilung vor allem umfangreiche Data Services wie Analytics, Datenverifizierung und -anreicherung, A/B-Testing, Performance-Optimierungen und KPI-Steuerungen. Basis ist die eigens entwickelte KI-gesteuerte Technologie POLAR für Personalisierung, Recommendation und cookielose Aussteuerung der Shopper-Ansprache. Über seine Shop-Partner (darunter OTTO, MediaMarkt, Saturn, ParfumGroup und sanicare Apotheke) erreicht userwerk eine monatliche Reichweite von 10 Millionen Impressions und generiert für seine Marken-Partner (darunter Hubert Burda Media, Audible, Gefro und TFBank) rund 500.000 Leads und Neukunden pro Monat.

### **PRESSESERVICE**

Presseinformationen sowie honorarfreies Bildmaterial erhalten Medienvertreter unter

<https://www.userwerk.com/newsroom>

### **PRESSEKONTAKT**

Katrin Hrubesch  
Hrubesch Kommunikation  
Allescherstraße 30  
D – 81479 München  
Tel.: +49 (0)163 170 24 91  
E-Mail: [presse@userwerk.com](mailto:presse@userwerk.com)