

userwerk GmbH Ingegneri dell'esperienza digitale

userwerk GmbH è una giovane azienda di e-commerce e specialista nel campo del checkout marketing. Fondata nel 2017 e cresciuta in modo dinamico da allora, gli ingegneri dell'esperienza digitale si sono specializzati nello sviluppo e nell'implementazione di concetti e soluzioni di marketing orientati al successo per l'acquisizione e la fidelizzazione dei clienti nelle pagine di conferma dell'ordine (checkout) di fornitori di e-commerce di tutti i settori e dimensioni.

L'attenzione si concentra sull'aumento mirato della notorietà del marchio e delle vendite per i marchi e i negozi online attraverso prodotti esclusivi e personalizzati („offerte di ringraziamento“) per gli acquirenti online dopo il completamento dell'ordine. Grazie a questo collegamento basato sui dati tra l'esperienza di acquisto e quella di uscita, gli specialisti della promozione delle vendite ampliano il percorso del cliente con touchpoint di alta qualità per un approccio e un'attivazione mirati. In questo modo, aprono fonti di guadagno non sfruttate nel punto d'acquisto digitale (PoP) per i fornitori di prodotti (venditori) e per i fornitori di e-commerce (partner di rete): le piattaforme di shopping possono non solo operare un potente upselling one-click direttamente nella fase di acquisto, ma anche aggiungere al loro portafoglio di media retail posizionamenti di marketing ad alte prestazioni che possono essere monetizzati a condizioni interessanti. In considerazione dell'aumento dei costi di acquisizione dei clienti e del calo di attenzione per i canali di acquisizione classici, i produttori traggono vantaggio da nuove possibilità per la generazione efficiente di nuovi clienti.

Il portafoglio a 360 gradi di userwerk per il checkout marketing innovativo comprende la consulenza strategica e l'implementazione concettuale con il proprio reparto creativo interno, nonché servizi di dati completi (analisi, verifica e arricchimento dei dati, test A/B, ottimizzazione delle prestazioni e controllo dei KPI) e la propria tecnologia per la personalizzazione, la raccomandazione e il controllo senza cookie dell'approccio allo shopping e delle offerte.

La base di clienti dell'azienda, che attualmente conta 40 specialisti di marketing digitale e tecnologia che lavorano dalla sede centrale di Ulm (Baden-Württemberg) in tutta la Germania, comprende partner commerciali di settori come i beni di consumo, i servizi finanziari, la salute e la sanità, gli articoli sportivi, il tessile, la vendita al dettaglio, l'elettronica di consumo e l'industria dei media. (D e AT), Medikamente-per-Klick, Saturn (D e AT) e Stiftung Warentest.