

AB Tasty präsentiert EmotionsAI, die erste Lösung auf dem Markt zur Erkennung der emotionalen Bedürfnisse von digitalen Usern

Die Zukunft der digitalen Personalisierung und des Experimentierens

Ettlingen, 13. September 2023 — AB Tasty präsentiert heute die Einführung von EmotionsAI. Dies ist eine neue Technologie, die es Kunden ermöglicht, eine KI-gestützte Kundensegmentierung auf Basis emotionaler Bedürfnisse zu nutzen. Damit bringt AB Tasty ein einzigartiges Produkt auf den Markt, welches Brands hilft, Kunden auf einer emotionalen Ebene zu begegnen und ihre Website dahingehend zu personalisieren.

Dies ist ein entscheidender Schritt für AB Tasty, um Kunden bei der Entwicklung besserer digitaler Erlebnisse mit KI zu unterstützen. EmotionsAI ermöglicht es Kunden, bessere Gewinnraten zu erzielen und verbesserte Methoden zur Personalisierung der Customer Experience zu entwickeln. Dies steigert nachweislich den Umsatz von Unternehmen. EmotionsAI revolutioniert damit die Fähigkeit von Brands, die Customer Experience für Kunden anhand des wichtigsten Kriteriums zu personalisieren: dem emotionalen Bedürfnis.

„Die emotionalen Bedürfnisse der Kunden zu verstehen, ist in der heutigen Wirtschaftslandschaft entscheidend für den wirtschaftlichen Erfolg“, sagt Alix de Sagazan, Co-CEO und Co-Founder von AB Tasty. „Diese Bedürfnisse sind essentiell für die Personalisierung und somit auch für die Customer Experience von Kunden. Auf diese einzugehen ist der beste Weg, um ihre hohen Erwartungen zu erfüllen und sogar zu übertreffen.“

Die Technologie stammt aus der Akquisition von Dotaki durch AB Tasty, einem Unternehmen, das acht Jahre lang Forschung und psychografische Modellierung, Customer Journey Mapping, Gerätenutzung

und KI-Technologie in Kombination mit Echtzeit-Website-Interaktionen betrieben hat. Die nun auf der AB Tasty-Plattform verfügbare Funktion hat erstaunliche Auswirkungen auf die Gewinnraten von A/B-Tests. Mit EmotionsAI ist es möglich, eine signifikante Umsatzsteigerung im Rahmen von A/B-Testing zu erkennen als ohne EmotionsAI.

„Emotionen steuern 80 % der Entscheidungen“, erklärt Rémi Aubert, Co-CEO und Co-Founder von AB Tasty. „Vor diesem Hintergrund verschiebt EmotionsAI die Grenzen digitaler Erlebnisse deutlich. Die Möglichkeit, datengesteuerte Entscheidungen auf der Grundlage emotionaler Bedürfnisse zu treffen, ermöglicht es Marken, eine nie dagewesene Verbindung zu ihren Kunden einzugehen. Die Kunden werden in den Mittelpunkt digitaler Erlebnisse gestellt. Das bedeutet: Brands können einen klaren ROI erzielen, indem sie durch diese Analyse tiefer in das Eintauchen, was für verschiedene emotionale Typen wirksam ist.“

Da AB Tasty als Partner EmotionsAI bei seinen Kunden bereits einsetzte, konnte eine deutliche Auswirkung auf den Umsatz festgestellt werden. „Dank EmotionsAI sind wir in der Lage, die emotionalen Bedürfnisse der Kunden zu erkennen und unsere Personalization Roadmap zu verbessern“, sagt Maxime Lambertin, UX Project Manager bei Jacadi, einer führenden E-Commerce-Website für Kinder und Lifestyle-Produkte. „Darüber hinaus haben wir durch die Kombination von EmotionsAI und AB Tasty den Business Impact unserer Experimentierkampagnen erhöht. Wir sind von einer Erfolgsquote von 30 % bei Tests mit Business Impact auf eine Erfolgsquote von 90 % gestiegen, was eine erhebliche Auswirkung

AB Tasty

für mindestens ein EmotionsAI-Segment bedeutet. EmotionsAI trägt derzeit 10 % zu unserem weltweiten Umsatz bei.“

Diese Ankündigung erfolgt nach dem bisher besten Geschäftsjahr von AB Tasty. Durch die Gewinnung neuer Kunden wie Air Europa, Chico's FAS und Thomson Reuters ist das Unternehmen international um 200 % gewachsen und hat das Geschäftsjahr 2023 mit dem besten Quartal aller Zeiten abgeschlossen.

Mit einer kompletten digitalen Customer-Experience-Plattform, server-seitigen Feature-Management-Tools, intelligenter Suche, Produktempfehlungen und KI-basierter emotionaler Segmentierung etabliert sich AB Tasty weiterhin als führendes Unternehmen im Bereich der Experience Optimization. ■

Erfahre mehr:

<https://www.abtasty.com/de/emotions-ai/>

Über AB Tasty

AB Tasty ist ein weltweit führender Anbieter von KI-gestützten Lösungen zur Optimierung der Customer Experience. Diese ermöglicht es Brands mithilfe von Personalisierung, Experimenten, Empfehlungen und einer intelligenten Suche, bessere Erlebnisse auf ihren Websites und in ihren Apps zu schaffen. AB Tasty bietet web- und API-basierte Lösungen, die Unternehmen einen einheitlichen Ansatz zur Schaffung nahtloser Kundenerlebnisse ermöglichen. Brands nutzen die Plattform, um ihre Digital, E-Commerce und Product Teams auf ihre Umsatzziele auszurichten, indem sie die digitalen Erlebnisse optimieren und Innovationen schaffen.

Zu den Kunden des Unternehmens, welches 2013 gegründet wurde, gehören weltweit führende Brands wie Kering, McDonald's, Ulta Beauty, L'Oreal, Disneyland Paris und LVMH. Mit mittlerweile 12 Niederlassungen ist AB Tasty weltweit vertreten: Nordamerika, Europa, Asien-Pazifik. Um mehr zu erfahren, besuche www.abtasty.com.

Kontakt

Elizabeth Robertson
elizabeth.robertson@abtasty.com