

PRESSEMITTEILUNG

trbo verdoppelt Umsatz und gewinnt neue Kunden

München, 23. Juli 2018 – Immer mehr Webshops und E-Commerce-Anbieter erkennen, dass sie mit der personalisierten Ansprache der Nutzer auf ihrer Webseite deutlich gewinnen können. Von dieser Marktentwicklung profitiert das Technologie-Unternehmen trbo. So konnte die in München ansässige Firma 2017 ihren Umsatz im Vergleich zum Vorjahr verdoppeln. Auch im laufenden Jahr wird ein erneutes Wachstum von über 100 Prozent angepeilt.

Zu dem Umsatzerfolg haben sowohl nationale als auch internationale Neukunden beigetragen. Hierzu zählen das Reiseunternehmen FTI Touristik, eine namhafte deutsche Online-Versandapotheke und die Hudson's Bay Company (HBC), Mutterunternehmen unter anderem von Kaufhof. Zusätzlich ging trbo zahlreiche Kooperationen ein, wie etwa mit CrossEngage, dem Cross-Channel-Marketing- und CRM-Experten.

Mit der erfolgreichen Geschäftsentwicklung im Rücken expandiert trbo zudem aus dem deutschsprachigen Raum heraus auch nach Großbritannien und Osteuropa.

„trbo hat seinem Namen in den vergangenen Monaten alle Ehre gemacht. Parallel zum starken Umsatzwachstum haben wir auch die Zahl der Mitarbeiter nahezu verdoppelt und insbesondere in den Bereichen Account Management, Sales sowie Marketing aufgestockt. In unseren neuen Räumlichkeiten, die wir ab August 2018 beziehen, ist zudem Platz für weiteres Wachstum, das sich durch die positive Marktentwicklung abzeichnet“, sagt Felix Schirl, Geschäftsführer und CTO von trbo.

Über trbo

Die trbo GmbH ist ein 2013 gegründetes Technologie-Unternehmen mit Sitz in München. Mit seinem cloudbasierten Kommunikations-Tool ermöglicht das Unternehmen Online Shops und Websites eine individualisierte Ansprache von Besuchern – Onsite, in Echtzeit und voll automatisiert. Hierzu analysiert ein selbstlernender Algorithmus das User-Verhalten auf Basis von rund 50 Besuchermerkmalen. Diese Daten erlauben anschließend eine zielgerichtete Auslieferung verschiedenster Layer im Design des Online-Auftritts, die das Einkaufserlebnis von Website-Besuchern nachweislich optimieren. Für die Betreiber der Website bedeutet das: gesteigertes User Engagement, niedrigere Bounce Rates, bessere Conversion Rates, vollere Warenkörbe und damit mehr Umsatz. Zu den Kunden von trbo gehören u.a. limango, Galeria Kaufhof, FTI Touristik, HBC, Lodenfrey, mydays, Triumph und Thomas Cook AG. Die Geschäfte der trbo GmbH führt Felix Schirl.

Pressekontakt: Anh Nguyen, T: 089-46 133 46-12, a.nguyen@cocodibu.de