

PRESSEMITTEILUNG

Tobias Schweighöfer startet als Head of Business Development bei trbo

München, 1. August 2016 – Das Münchner Technologie-Unternehmen trbo verstärkt sein Team um Tobias Schweighöfer. Der 30-Jährige verantwortet ab sofort als Head of Business Development die Bereiche Account Management und Marketing. Seine umfangreiche Erfahrung in der Online-Branche hilft dem Startup beim Ausbau des cloudbasierten Onsite Marketing Tools.

Tobias Schweighöfer übernimmt die Leitung des Kunden-Supports, betreut strategisch wichtige Accounts und fungiert als zentrale Schnittstelle zum Product Development des Software-Anbieters. Außerdem baut er das Marketing der trbo GmbH schrittweise aus. Dabei profitiert Schweighöfer u.a. von seinen Erfahrungen, die er in verschiedenen Abteilungen der intelliAd Media GmbH in den vergangenen fünf Jahren sammeln konnte. „Das Spannende an trbo ist die datengetriebene individuelle Besucher-Ansprache in Echtzeit und die daraus resultierenden Möglichkeiten der Conversion Rate Optimierung“, so Tobias Schweighöfer.

Sein BWL-Studium mit den Schwerpunkten International Marketing und E-Business beendete er 2011 als Master of Science an der Privaten Hochschule Göttingen. In seiner neuen Funktion kann Schweighöfer fundierte Kenntnisse in seinen bisherigen Spezialgebieten Tracking, Attribution und Reporting einbringen. Bei trbo wird er sich hauptsächlich dem Aufbau eng abgestimmter Abteilungen widmen und von Beginn an für eine kundenorientierte Produktbetreuung, -entwicklung und -kommunikation sorgen.

„Mit Tobias Schweighöfer gewinnen wir einen echten Performance Marketing Profi mit zupackender Startup-Mentalität. Der richtige Mix, um unser Wachstum jetzt weiter anzukurbeln“, so trbo Geschäftsführer Felix Schirl.

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. airberlin holidays, fashion4home, Lodenfrey, Medion, mydays, Hurra.com, reBuy und windeln.de. Die Geschäfte der trbo GmbH führt Felix Schirl.

Pressekontakt: Nadine Dübbel, T: 089-46 133 46-12, n.duebbel@cocodibu.de