

PRESSEMITTEILUNG

Etat-Triple: limango, Ryanair Holidays und ROSE Bikes setzen auf trbo

München, 14. Juni 2017 – trbo baut seinen Kundenstamm weiter aus: Neben limango, dem führenden Private Shopping Club für Familien in Europa, betreut das Technologieunternehmen ab sofort auch den Reiseanbieter Ryanair Holidays sowie den deutschen Fahrradhersteller ROSE Bikes. Damit unterstützt das in München ansässige Unternehmen bereits über 70 Kunden bei der effizienten und zielgerichteten Onsite-Ansprache von Usern. Dank des kontinuierlichen Kundenwachstums konnte trbo seine Umsätze gegenüber dem Vorjahr verdreifachen.

Beim Reiseveranstalter Ryanair Holidays unterstützt trbo das interne Onsite Marketing Team – der Schwerpunkt der Zusammenarbeit liegt dabei auf Upselling, Promotions sowie der Lead Generierung. Eine ähnliche Zielsetzung hat auch den deutschen Fahrradhersteller und Radsportexperten ROSE Bikes bewogen, mit den Experten für Onsite Marketing zusammenzuarbeiten. Die Produkt-Empfehlungen sollen mit Hilfe von trbo weiter ausgebaut werden und die Absprungrate der User langfristig gesenkt werden. Bei limango, dem führenden Private Shopping Club für Familien in Europa, sorgt trbo künftig für die gezielte Personalisierung des Website-Inhalts in Verbindung mit CrossEngage-Segmenten – also dem kanalübergreifenden Aussteuern aller Marketing-Kanäle.

„So vielfältig unsere konkreten Lösungen für limango, Ryanair Holidays und ROSE Bikes auch sind, so ähnlich sind die jeweiligen Zielsetzungen der Unternehmen: Kunden gezielt ansprechen, die Absprungrate der User senken und die Website langfristig zum Erfolg führen. Unsere Erfahrung belegt den Erfolg personalisierter Onsite-Maßnahmen: Sie bewirken zum Teil bis zu 152 Prozent mehr User-Engagement – beispielsweise in Form von Newsletter-Anmeldungen“, sagt 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, L'Oréal, Lodenfrey, Medion, mydays, Hurra.com, Buffalo und windeln.de. Die Geschäfte der trbo GmbH führt Felix Schirl.

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