

Customer Data Platform, neue KI-Funktionen und mobile Push-Nachrichten: Brevo baut sein Produktangebot weiter aus

Vereinheitlichte Daten für bessere Kunden-Insights / Dynamische Multi-Channel-Interaktionen dank KI

Berlin, 13. Februar 2024 – Brevo, Anbieter einer führenden CRM-Suite für Unternehmen, gibt den Produkt-Launch von Brevo Customer Data Platform (CDP) und Mobile Push bekannt. Die im Dezember erfolgte Übernahme von WonderPush und Octolis zeigt, dass neue Stacks schnell in die Lösung von Brevo integriert werden können. Zusätzlich zu diesen beiden neuen Features kündigt Brevo neue KI-Funktionen an, die die Möglichkeiten erweitern, Kundengewohnheiten besser zu verstehen und personalisierte Multi-Channel-Kampagnen in großem Umfang durchzuführen.

Brevo Customer Data Platform: Kunden ganzheitlich und in Echtzeit im Blick

Die drei weltweit am häufigsten verwendeten Browser Safari, Firefox und Chrome haben die Nutzung von Drittanbieter-Cookies abgeschafft oder planen diesen Schritt bis Ende 2024. Noch verlassen sich viele Marketer auf Retargeting- und Legacy-Datenmanagement-Plattformen, die auf Segmenten basieren und mit Drittdaten gespeist werden. Um den Anschluss nicht zu verlieren, sollten Marketer den Daten von Erstanbietern Priorität einräumen und eine CDP einführen: Durch das Sammeln, Speichern, Verarbeiten, Anreichern und Aktivieren von First-Party-Daten können Unternehmen die Performance von durchgeführten Maßnahmen evaluieren, um Insights zu erhalten und Wettbewerbsvorteile in einer zunehmend komplexen Datenumgebung zu erzielen.

Brevo CDP verwaltet vereinheitlichte Kundendaten über den gesamten Tech Stack hinweg. Die Lösung erlaubt es Unternehmen zudem, Audience Reports und berechnete Scores in nutzbare Erkenntnisse umzuwandeln und ermöglicht so ein verbessertes Kundenerlebnis mit personalisierten Inhalten, dynamischen Triggern und mehr. Unterstützt durch mehr als 300 vorgefertigte Integrationen und die Möglichkeit, bestehende Business-Intelligence-Tools einzubinden, vereinheitlicht Brevo CDP Daten aus verschiedenen Quellen, um einsatzbereite, zuverlässige und konsistente Daten plattformübergreifend bereitzustellen.

Neue KI-Features optimieren Marketing-Kampagnen und Kundenerfahrung

Brevo integriert zudem neue KI-Funktionen, um die Effizienz zu steigern, Kreativität zu fördern und dynamische Multi-Channel-Kampagnen in großem Umfang für alle zu ermöglichen. Dank zuverlässiger Kundendaten aus der CDP können Brevos KI-Funktionen die Erstellung von E-Mail-Content optimieren und den richtigen Versandzeitpunkt festlegen. Zu den neuen Features gehören:

E-Mail Content Generator: E-Mail-Kampagnen mit dynamisch generiertem, relevantem Content anreichern – verfügbar für Überschriften Absätze und Schaltflächentext.

Best Time E-Mail Delivery: E-Mails strategisch innerhalb eines 24-Stundenfensters versenden, basierend auf dem Empfängerverhalten und historischen Engagement-Daten, um die Zielgruppen zu erreichen, wenn sie am empfänglichsten sind.

Tone-of-Voice-Anpassung: Mittels KI die richtige Balance zwischen einem förmlichen oder lockeren Tonfall treffen und kurze Notizen oder Aufzählungspunkte in gut formulierte Nachrichten übernehmen.

Laut dem „CX Trends 2024“-Report von [Zendesk](#) sehen 74 Prozent der CX-Führungskräfte, die generative KI einsetzen, einen positiven ROI durch die Bereitstellung personalisierter, nahtloser CX-Journeys, die Loyalität und Zufriedenheit fördern. Mit Live Chat Summary, einer neuen generativen KI-Funktion, die für nahtlose Konversationen sorgt, verbessert Brevo das Kundenerlebnis.

Live Chat Summary: Kurze Zusammenfassungen ganzer Live-Chat-Konversationen erstellen, um die Dialogübergabe zwischen Agenten zu vereinfachen oder als schnelle Referenz für den Kundenverlauf.

Mobile-Push-Integration

Zusätzlich zu Brevos bestehender Web-Push-Funktion können Unternehmen jetzt auch Kurznachrichten über mobile Push-Benachrichtigungen versenden, um wichtige und zeitkritische Informationen, wie zum Beispiel Benachrichtigungen über neue Angebote oder verlassene Warenkörbe schnell zu übermitteln. Mit Hilfe eines neuen Push Dashboards für Segmente und Listen können Brevo-Kunden nun noch mehr Maßnahmen ergreifen und ein nahtloses Kundenerlebnis innerhalb des Brevo-Ökosystems schaffen.

Brevo wird die neuen Funktionen in einer virtuellen Keynote am 6. März 2024 um 10:00 Uhr CET vorstellen. Weitere Informationen sowie der Link zum Registrieren finden sich [hier](#).

Über Brevo

Brevo ist die intuitivste Customer Relationship Management (CRM) Suite, die allen Unternehmen und Non-Profit-Organisationen nachhaltiges Wachstum ermöglicht. Mit Brevo erhalten Unternehmen einen 360°-Einblick in die Customer Journey und können über die Marketing- und Sales-Plattform ihre Kampagnen ganz einfach über E-Mail, SMS, WhatsApp, Chat und vieles mehr ausspielen und steuern. Heute vertrauen über 500.000 Unternehmen - darunter Ebay, H&M, Sodexo, Louis Vuitton, Carrefour und Michelin - auf die zuverlässige Technologie von Brevo, um langfristige Kundenbeziehungen aufzubauen. Im Januar 2023 erreichte Brevo mit einem jährlichen Umsatz von 100 Millionen US-Dollar den begehrten Centaur-Status und beschäftigt weltweit mehr als 800 Mitarbeitende. Der Hauptsitz des Unternehmens befindet sich in Paris. www.brevo.com

Medienkontakt

Brevo - Marianne Rageot - 0684754325 - marianne.rageot@brevo.com
Agentur Hotwire – Veronika Stahl – 01629294218 - veronika.stahl@hotwireglobal.com