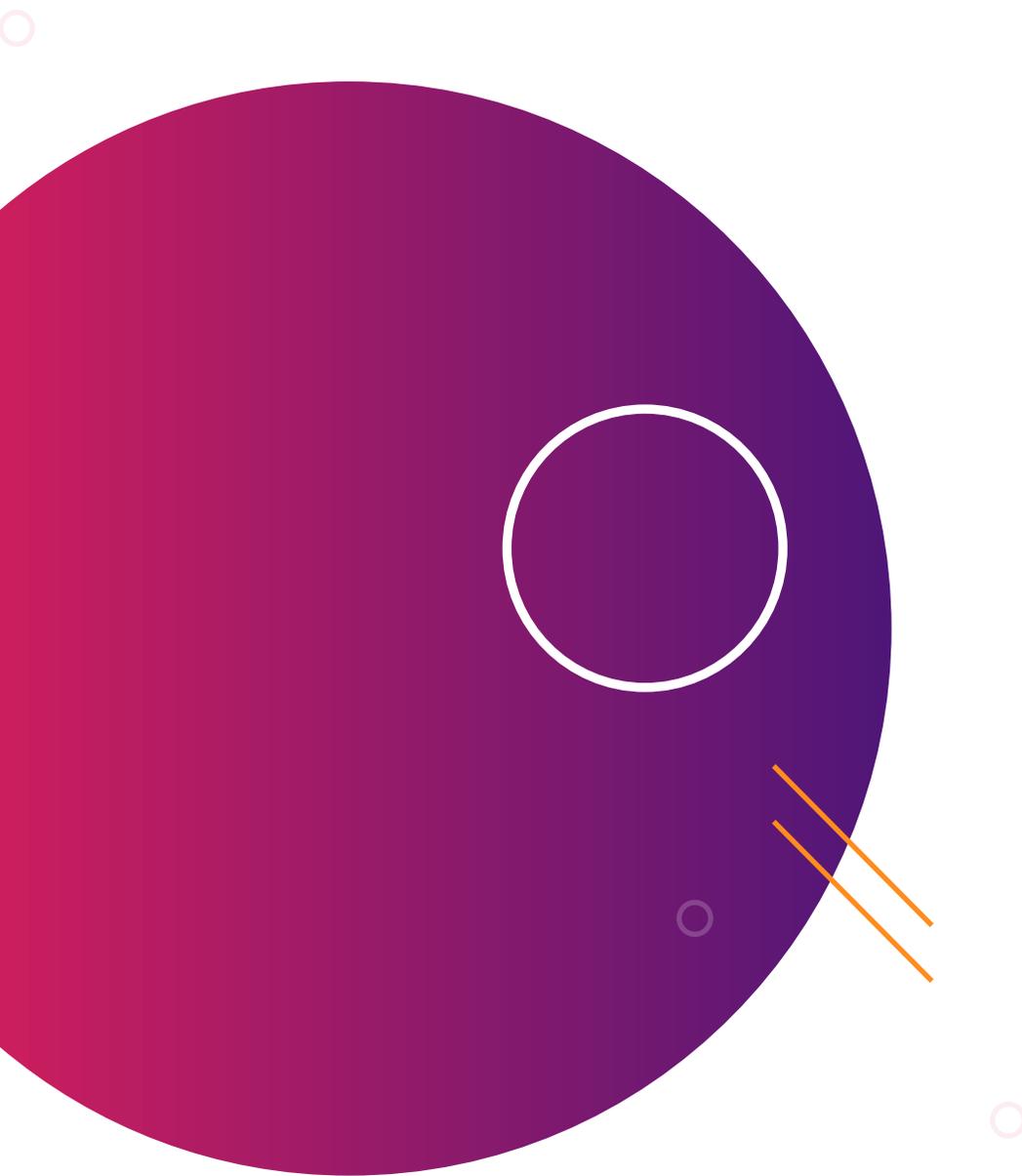


# 99 Tipps, um mit Ihrem Webshop das Herz Ihrer Kunden zu gewinnen

🕒 Lesezeit 17 Minuten



99 perfekte Matchmaker-Touchpoints	4
Startseite (15 Touchpoints)	4
Top-Bar & Navigation (5 Touchpoints)	4
Seiten mit Werbeaktionen und Angeboten (14 Touchpoints)	5
Produktlistenseite (7 Touchpoints)	6
Produktdetailseite (10 Touchpoints)	6
Warenkorb & Checkout (8 Touchpoints)	7
Inspirierende Inhalte (11 Touchpoints)	7
Mein Konto, Self-Service und Support (11 Touchpoints)	8
Interaktive Push-Nachrichten (8 Touchpoints)	8
E-Mail-Benachrichtigungen (10 Touchpoints)	9
Ihre nächsten Schritte	10
Über SPARQUE.AI	11
Über Neortus	12

Heiratsvermittler sollen dabei helfen, den passenden Partner zu finden – eine anspruchsvolle Aufgabe, denn die Vielzahl an Möglichkeiten, den perfekten Treffer zu landen, kann herausfordernd sein. Doch genau darin liegt ihre Stärke: Sie schaffen Verbindungen, die wirklich passen.

Ihr Webshop hat eine ähnliche Rolle inne, allerdings verbindet er keine Menschen, sondern Ihre Kunden und mit den passenden Produkten oder Dienstleistungen.

Um das perfekte Match zu erzielen, ist es entscheidend, die Bedürfnisse Ihrer Kunden genau zu verstehen: Was suchen sie? Was haben sie zuvor gekauft? Was möchten sie erreichen? Auf Basis dieser und weiterer Informationen können Sie Produkte mit der höchsten Wahrscheinlichkeit einer Konversion präsentieren und erleichtern Ihren Webshop-Besuchern den Entscheidungsprozess.

## Was sind Ihre Optionen?

# Wie wird aus Ihrem Webshop der perfekte Matchmaker?

In diesem Playbook präsentieren wir Ihnen 99 Touchpoints, die Ihren Webshop in eine leistungsstarke Plattform verwandeln, auf der Kunden und Produkte mühelos zusammenfinden. Mit diesen Ansätzen schaffen Sie ein nahtloses und individuell zugeschnittenes Einkaufserlebnis, das Ihre Kunden nicht nur überzeugt, sondern begeistert. Vom ersten Klick bis hin zum finalen Kauf – jedes Element Ihrer Website sollte Ihren Besuchern die Suche erleichtern und ein rundum positives Erlebnis bieten.

Ob durch das Hervorheben aktueller Angebote, personalisierte Produktempfehlungen oder das Erzeugen eines Dringlichkeitsgefühls durch zeitlich begrenzte Aktionen: Nutzen Sie jeden Touchpoint, um Ihre Kunden einzubinden und Ihre Umsätze zu steigern. Wenn Sie diese wichtigen Interaktionen

verstehen und optimieren, erschaffen Sie eine Plattform, die Kunden gerne nutzen und immer wieder aufsuchen.

Lassen Sie sich von diesem Leitfaden inspirieren und entdecken Sie, wie Sie Ihren Webshop Schritt für Schritt optimieren können.

**Viel Freude beim Lesen!**



# 99 perfekte Matchmaker-Touchpoints

## STARTSEITE (15 TOUCHPOINTS)

### Hero-Banner mit Hotspots

Platzieren Sie ein Hero-Banner-Karussell auf Ihrer Startseite, um Produkte in ihrem Nutzungskontext zu präsentieren. Fügen Sie klickbare Hotspots hinzu, die eine „Shop the Look“-Ansicht öffnen oder auf die Produktdetailseite (PDP) verweisen.

### Beworbene Produkte

Heben Sie Produkte in Verkaufsaktionen hervor.

### Saisonale und Feiertagsprodukte

Präsentieren Sie Produkte, die aufgrund saisonaler Ereignisse (z. B. Schulanfang) besonders beliebt sind.

### Zuletzt angesehen

Zeigen Sie Produkte an, die Ihr Webshop-Besucher (oder ähnliche Besucher) zuletzt angesehen hat.

### Zuletzt gekauft

Präsentieren Sie Produkte, die Ihr Webshop-Besucher (oder ähnliche Besucher) kürzlich gekauft hat.

### Nachschub

Empfehlen Sie Produkte, die Ihr Webshop-Besucher zuvor gekauft hat und möglicherweise nachbestellen muss.

### Widget für Nutzerbewertungen

Zeigen Sie positive Bewertungen zu Produkten an, die für den Besucher interessant sein könnten.

### Auktionen

Präsentieren Sie Produkte, die ersteigert werden können.

### Neuheiten

Setzen Sie Produkte in Szene, die neu im Katalog oder nach längerer Zeit wieder verfügbar sind.

### Zeitlich begrenzte Angebote

Erzeugen Sie ein Gefühl der Dringlichkeit, indem Sie Countdown-Timer für zeitlich begrenzte Angebote oder Flash-Sales einblenden.

### Bestseller

Highlighten Sie Top- oder Bestseller-Produkte, um Ihren Webshop-Besuchern beliebte Artikel vorzustellen.

### Mix & Match-Karussell

Ermöglichen Sie es Kunden, ein Outfit oder einen Raum über einen Mix & Match-Assistenten oder ein Karussell zusammenzustellen.

### Geo-Targeting

Bieten Sie Produkte oder Angebote basierend auf dem Standort des Webshop-Besuchers an.

### Kontextuelles Targeting

Präsentieren Sie Produkte oder Aktionen, die auf Wetter, Tageszeit, Aktivitäten Ihres Kunden oder andere Kontextinformationen abgestimmt sind.

### Top-Empfehlungen für Sie

Erstellen Sie einen Bereich mit maßgeschneiderten Empfehlungen basierend auf dem Profil des Webshop-Besuchers.

## TOP-BAR & NAVIGATION (5 TOUCHPOINTS)

### Suchvorschläge

Schlagen Sie Produkte vor, während Webshop-Besucher noch tippen, um die Anzahl der Tastenanschläge und Klicks zu reduzieren.

### Bestseller

Zeigen Sie im Kategorienmenü die meistverkauften Produkte innerhalb einer Kategorie an.

### Empfohlene Marken

Präsentieren Sie im Kategorienmenü beliebte Produkte bestimmter Marken.

### Flash-Sales

Bewerben Sie Flash-Sale-Produkte über einen Menüpunkt in der Top-Bar oder im Kategorienmenü.

### Benutzerspezifische Kategorien

Zeigen Sie Kategorien basierend auf dem Surfverhalten und den Vorlieben des Nutzers an.

### SEITEN MIT WERBEAKTIONEN UND ANGEBOTEN (14 TOUCHPOINTS)

#### Ausgewählte Angebote

Präsentieren Sie die attraktivsten Angebote oder Aktionen oben auf der Seite, z. B. zeitlich begrenzte Rabatte oder Sonderpreise für beliebte Produkte.

#### Flash-Sales

Erstellen Sie einen eigenen Bereich für zeitkritische Flash-Sales und zeigen Sie Produkte mit Countdown-Timern an, um Dringlichkeit zu erzeugen.

#### Räumungsverkauf

Zeigen Sie Abverkaufsartikel oder Produkte an, die aus dem Sortiment genommen werden. Diese Bereiche sind besonders für Schnäppchenjäger interessant.

#### Rabattkategorien

Ordnen Sie Angebote nach Rabattstufen (z. B. 50 % Rabatt, 30 % Rabatt) und erleichtern Sie Käufern so die Suche nach passenden Angeboten.

#### Bundle-Angebote

Zeigen Sie Bundle-Deals an, bei denen Kunden mehrere Produkte zu einem vergünstigten Preis erwerben können.

#### Saisonale Aktionen

Erstellen Sie Bereiche für saisonale Aktionen, z. B. Feiertagsangebote, Schulanfangsverkäufe oder Sommer-Sales.

#### Gratisgeschenke

Bewerben Sie Aktionen, bei denen Kunden

Gratisartikel oder Proben bei qualifizierten Einkäufen erhalten.

#### Exklusive Angebote für Abonnenten

Reservieren Sie einen Bereich für exklusive Deals, die nur für Newsletter-Abonnenten oder Mitglieder eines Treueprogramms verfügbar sind.

#### Top-Angebote nach Kategorie

Kuratieren Sie eine Auswahl der besten Deals in verschiedenen Produktkategorien und heben Sie beliebte Produkte hervor.

#### Tagesangebote

Highlighten Sie täglich wechselnde Produkte

mit besonderen Rabatten.

#### Kundenlieblinge

Heben Sie Angebote für Produkte hervor, die von Kunden hoch bewertet oder positiv rezensiert wurden.

#### Mengenrabatte

Bieten Sie Rabatte für größere Bestellmengen an, um Kunden zu ermutigen, mehr zu kaufen.

#### Vorbestellmöglichkeiten

Ermöglichen Sie Kunden, neue Produkte vorzubestellen.

#### Treueprämien

Bieten Sie spezielle Angebote oder zusätzliche Rabatte für Mitglieder Ihres Treueprogramms.



## PRODUKTLISTEN-SEITE (7 TOUCHPOINTS)

### Suchergebnisse

Es lohnt sich, die Performance Ihrer Suchergebnisse regelmäßig zu analysieren. Achten Sie darauf, dass Produkte mit der höchsten Konversionswahrscheinlichkeit ganz oben oder zumindest oberhalb der Sichtlinie angezeigt werden.

### Kategorisierte Produktlisten

Überlegen Sie, wie Sie die Produkte auf der Kategorieseite sortieren. Auch hier sollten Sie die Produkte nach Konversionswahrscheinlichkeit ranken. Stellen Sie sicher, dass Webshop-Besucher die Auswahl mit passenden Filtern verfeinern können.

### Hinweise bei begrenztem Bestand

Integrieren Sie Abschnitte, Hinweise oder Badges, die auf begrenzte Bestände bestimmter Produkte hinweisen.

### Promotions-Badge

Implementieren Sie Badges, die darauf hinweisen, dass ein Produkt Teil einer Aktion ist.

### Hervorgehobene Mini-Kollektionen

Bewerben Sie eine Auswahl von Produkten in einer Mini-Kollektion.

### Konfigurationsassistent

Führen Sie Ihre Kunden Schritt für Schritt zum gewünschten Produkt.

### Markenfilter

Lassen Sie Kunden Produkte ihrer Lieblingsmarken durchsuchen.

## PRODUKTDETAIL-SEITE (10 TOUCHPOINTS)

### Variantenauswahl

Erleichtern Sie es Kunden, die richtige Produktvariante zu entdecken und auszuwählen.

### Cross-Selling-Vorschläge

Schlagen Sie ergänzende Produkte oder Zubehör als Cross-Selling-Empfehlungen vor.

### Up-Selling-Vorschläge

Empfehlen Sie höherpreisige oder aufgewertete Versionen des Produkts als Up-Selling-Optionen.

### Bundle-Angebote

Bewerben Sie Bundle-Angebote, die das Produkt zusammen mit anderen relevanten Artikeln enthalten.

### Häufig angesehen

Heben Sie ähnliche Produkte hervor, die von anderen Nutzern häufig angesehen werden.

### Zuletzt gekauft

Zeigen Sie ähnliche Produkte an, die kürzlich gekauft wurden.

### Mehr von beliebten Marken

Heben Sie ähnliche Produkte beliebter Marken hervor.

### Produkte vergleichen

Lassen Sie Kunden Produkte auswählen und miteinander vergleichen.

### Weiterempfehlung

Lassen Sie Kunden das Produkt einem Freund empfehlen.

### Produktvideos

Nutzen Sie Produktvideos oder Tutorials, um Kunden die Funktionen und Vorteile des Produkts näherzubringen.

## WARENKORB & CHECKOUT (8 TOUCHPOINTS)

### Cross-Selling bei „In den Warenkorb“-Aktionen

Schlagen Sie verwandte Artikel vor, wenn ein Besucher ein Produkt in den Warenkorb legt.

### Geheimnisvolles Add-on

Bieten Sie ein (reduziertes) Mystery-Produkt an, nachdem ein Artikel in den Warenkorb gelegt wurde.

### Lücken im Paket auffüllen

Schlagen Sie Produkte vor oder motivieren Sie Kunden, leeren Platz im Lieferpaket zu füllen.

### Erinnerung an kostenlosen Versand

Geben Sie Kunden Cross- und Up-Selling-Vorschläge, um die Schwelle für kostenlosen Versand zu erreichen.

### Bereich „Einkauf fortsetzen“

Fügen Sie einen Bereich hinzu, der Kunden dazu ermutigt, weiter einzukaufen, indem Sie verwandte oder empfohlene Produkte präsentieren. Dies kann den durchschnittlichen Bestellwert erhöhen.

### Set vervollständigen

Motivieren Sie Kunden, mehrere Produkte zu kaufen, die zusammengehören, z. B. ein komplettes Outfit oder ein Möbelset.

### Gratisproben bei Einkäufen

Bieten Sie kostenlose Proben anderer Produkte bei Einkäufen an.

### Charity-Verknüpfungen

Bewerben Sie Produkte, bei denen ein Teil der Erlöse an wohltätige Zwecke geht.

## INSPIRIERENDE INHALTE (11 TOUCHPOINTS)

### Verwandte Produkte

Präsentieren Sie Produkte, die in einem Blogartikel oder anderem inspirierenden Inhalt vorgestellt wurden.

### Influencer-Picks

Heben Sie Produkte hervor, die von Influencern, Bloggern oder Kunden empfohlen werden.

### Interaktive Umfragen

Bieten Sie Umfragen, Abstimmungen oder Ratespiele an, die basierend auf den Antworten der Teilnehmenden Produkte empfehlen.

### Produktgeschichten

Erzählen Sie die Hintergrundgeschichte von Produkten.

### Interaktive Lookbooks

Erstellen Sie digitale Kataloge, die Produkte in stilisierten Settings zeigen.

### Expertenempfehlungen

Highlighten Sie Empfehlungen von Branchenexperten oder Fachleuten.

### Live-Streaming-Events

Veranstalten Sie Live-Streaming-Events, um Produkte anschaulich zu präsentieren und vorzuführen.

### Style-Guides

Geben Sie Mode- oder Anwendungstipps, die Produkte einbeziehen.

### Virtuelle Showrooms

Erstellen Sie immersive virtuelle Showrooms für ein ansprechendes Einkaufserlebnis.

### Interaktive Spiele oder Wettbewerbe

Fesseln Sie Webshop-Besucher mit Spielen oder Wettbewerben, die Ihre Produkte vorstellen.

### Kooperationen und Kollektionen

Bewerben Sie spezielle Kollektionen oder Kooperationen mit anderen Marken oder Designern.



## MEIN KONTO, SELF-SERVICE UND SUPPORT (11 TOUCHPOINTS)

### Ähnliche Artikel für Out-of-Stock- Wunschlisten

Schlagen Sie ähnliche Produkte vor, wenn Produkte auf der Wunschliste Ihrer Kunden ausverkauft sind.

### Auf der Bestell- historie basieren- de Vorschläge

Schlagen Sie Produkte vor, die denen ähneln, die Ihr Kunde in der Vergangenheit gekauft hat.

### Nachschub- Erinnerungen

Erinnern Sie Ihre Kunden daran, Verbrauchsartikel nach-

zubestellen, die sie häufig kaufen.

### Wunschlisten- Erinnerungen

Highlighten Sie Artikel auf der Wunschliste und informieren Sie über Rabatte oder Bestandsupdates.

### Exklusive Angebote für Mitglieder des Treueprogramms

Bieten Sie exklusive Rabatte oder Vorabzugang zu Verkäufen für Mitglieder des Treueprogramms.

### Geburtstags- und Jubiläumsrabatte

Gewähren Sie personalisierte Rabatte oder spezielle Angebote anlässlich des Geburtstags oder Jubiläums Ihrer Kunden.

### Exklusiver Vorabzugang

Geben Sie treuen Kunden Vorabzugang zu neuen Produkten oder Verkaufsaktionen.

### Vorschläge basie- rend auf Feedback und Bewertungen

Ermutigen Sie Ihre Kunden, Bewertungen für erworbene Produkte zu schreiben, und empfehlen Sie Produkte, die denen ähneln, die sie als besonders gut bewertet haben.

### Personalisierte Dankesnachrichten

Verschicken Sie Dankesnachrichten und Angebote, die auf den Kaufmeilensteinen Ihrer Kunden (z. B. erster Kauf, zehnter Kauf) basieren.

### Prädiktive Analysen

Nutzen Sie prädiktive Analysen, um Kundenbedürfnisse vorherzusehen und Produkte proaktiv vorzuschlagen.

### Personalisierter Chat

Nutzen Sie Chatbots, um Ihre Kunden mit personalisierten Empfehlungen zu unterstützen und Fragen in Echtzeit zu beantworten.

## INTERAKTIVE PUSH- NACHRICHTEN (8 TOUCHPOINTS)

### Benachrichtigun- gen zu wieder ver- fügbaren Artikeln

Informieren Sie Ihre Kunden, wenn zuvor ausverkaufte Artikel wieder verfügbar sind, insbesondere wenn sie Teil einer Aktion sind.

### Preissturz-Be- nachrichtigungen

Informieren Sie Ihre Kunden, wenn der Preis eines Produkts, das sie angesehen haben, sinkt.

### Wunschlisten-Be- nachrichtigungen

Benachrichtigen Sie Ihre Kunden über Updates zu Artikeln auf ihrer Wunschliste (z. B.

Preissenkungen oder Bestandsänderungen).

### Personalisierte Gutscheine

Versenden Sie Aktionscodes für Produkte in Kategorien, die Ihre Kunden häufig durchsuchen.

### Personalisierte Flash-Sales

Informieren Sie Ihre Kunden über zeitlich begrenzte Flash-Sales für Produkte, die sie wahrscheinlich interessieren.

### Vorkaufsrecht für Nachlieferungen

Geben Sie treuen Kunden die Möglichkeit, beliebte Artikel, die gerade wieder auf Lager sind, zuerst zu kaufen.

### Lokalisierte Angebote

Verschicken Sie personalisierte Angebote oder Rabatte basierend auf dem geografischen Standort Ihrer Kunden.

### Personalisierte Dankesnachrichten

Versenden Sie personalisierte Dankesnachrichten mit Sonderangeboten nach einem Kauf.

### E-MAIL-BENACHRICHTIGUNGEN (10 TOUCHPOINTS)

#### Willkommensangebote bei Kontoerstellung

Versenden Sie eine personalisierte Produktempfehlung, einen Rabattcode oder ein Angebot bei Neuanmeldung.

#### Haben Sie etwas vergessen?

Schlagen Sie in Bestellbestätigungse-mails Produkte vor, die Ihre Kunden möglicherweise vergessen haben, zu kaufen. Diese können der Bestellung noch hinzugefügt werden.

### Up- und Cross-Selling nach dem Kauf

Empfehlen Sie Premium-Versionen oder Zubehör, das zu den letzten Einkäufen Ihrer Kunden passt.

### Pflegehinweise für Produkte

Bieten Sie personalisierte Tipps zur Pflege und Wartung der gekauften Produkte sowie Produktempfehlungen an.

### E-Mail mit Rückerstattungsalternativen

Empfehlen Sie in Rückerstattungs-E-mails alternative Produkte, für die sich Ihre Kunden entscheiden können, anstatt das Geld zurückzubekommen.

### Begrüßungs-E-Mails für Abonnements

Schlagen Sie Produkte basierend auf der Art des abonnierten Service vor.

### Geteilte Wunschlisten

Benachrichtigen Sie Ihre Kunden über Produkte, die ihre Freunde auf die Wunschliste gesetzt haben.

### Bestätigung von Bestellstornierungen

Schlagen Sie alternative Produkte vor, wenn eine Bestellung storniert wird.

### Einladungen zu besonderen Events

Empfehlen Sie Produkte, wenn Sie Kunden zu besonderen Events oder Webinaren einladen.

### Personalisierte Dankesnachrichten

Versenden Sie personalisierte Dankesnachrichten und mit Sonderangeboten an Erstkäufer.



# Ihre nächsten Schritte

Haben Sie diese Matchmaking-Strategien inspiriert? Setzen Sie Ihre neuen Ideen jetzt erfolgreich um:

## 1 Bewerten und priorisieren Sie Optimierungspotenziale.

Erstellen Sie eine detaillierte Liste relevanter Optimierungen für Ihren Webshop. Berücksichtigen Sie dabei alle relevanten Touchpoints und identifizieren Sie Bereiche mit Verbesserungspotenzial. Nutzen Sie Analyse-Tools, um Schwachstellen wie hohe Absprungraten oder besonders frequentierte Bereiche zu erkennen.

## 2 Wägen Sie Nutzen und Aufwand ab.

Bewerten Sie den erwarteten Nutzen und den Aufwand jeder Optimierung. Priorisieren Sie Maßnahmen, die mit minimalem Aufwand einen großen Effekt erzielen können.

## 3 Planen Sie Ihren Ressourcen- und Technologiebedarf.

Klären Sie, welche Ressourcen und Technologien notwendig sind, um Ihre Optimierun-

gen erfolgreich umzusetzen. Möglicherweise müssen Sie in neue Technologien investieren, um Ihre innovativen Ideen wirksam zu unterstützen.

## 4 Setzen Sie zuerst auf schnelle Erfolge.

Beginnen Sie mit sogenannten „Quick Wins“ – einfachen Maßnahmen, die schnell umsetzbar sind und sofort positive Ergebnisse herbeiführen. Sobald diese Quick Wins umgesetzt sind, sollten Sie zu komplexeren Optimierungen übergehen, die mehr Zeit und Ressourcen erfordern. Dazu könnte die Integration fortschrittlicher Personalisierungsalgorithmen gehören, die Produktempfehlungen auf der Grundlage des individuellen Nutzerverhaltens ausspielen, oder die Neugestaltung Ihres Checkout-Prozesses, um die Zahl der Warenkorbabbrüche zu verringern. Bleiben Sie bei der Reihenfolge der Umsetzung flexibel und nehmen Sie, wenn nötig, Anpassungen vor.

## 5 Optimieren und personalisieren Sie die Customer Journey.

Überprüfen und verbessern Sie die implementierten Änderungen regelmäßig, um

sicherzustellen, dass Sie den sich wandelnden Anforderungen Ihrer Kunden gerecht werden. Ziel ist es, ein maßgeschneidertes Einkaufserlebnis für jeden Ihrer Kunden zu kreieren, um die Wahrscheinlichkeit zu erhöhen, dass sie einen Kauf tätigen und Ihren Webshop wieder besuchen.

## 6 Wählen Sie passende Partner und Technologien aus.

Arbeiten Sie mit erfahrenen Implementierungsexperten und wählen Sie Technologien, die sich nahtlos in Ihre bestehenden Systeme integrieren lassen. So erzielen Sie schneller und effizienter die gewünschten Ergebnisse.

Mit diesen Schritten verwandeln Sie Ihren Webshop in eine leistungsstarke Matchmaking-Plattform, die Ihre Kunden begeistert und Ihre Umsätze steigert. Der Schlüssel zu einem perfekten Einkaufserlebnis liegt in einer klaren Planung, durchdachten Umsetzung und stetigen Optimierung.

Dank kontinuierlicher Optimierungs- und Personalisierungsmaßnahmen übertrifft Ihr Webshop die Erwartungen Ihrer Kunden, schafft Vertrauen und fördert eine langfristige Kundenbindung.

# Über SPARQUE.AI

## Light the spark for AI-powered personalization

Bei SPARQUE.AI kombinieren wir unsere Leidenschaft für Technologie mit dem klaren Ziel, messbare Erfolge für unsere Kunden zu erzielen. Wir verstehen uns nicht nur als Anbieter einer Lösung, sondern als Ihr Partner, der Ihren Online-Shop zum profitabelsten Vertriebskanal macht. Unsere fortschrittliche KI-Engine für Suche und Empfehlungen optimiert Ihre E-Commerce-Performance: Der durchschnittliche Bestellwert steigt um 5 %, die Conversion Rate sogar um beeindruckende 20 %.

Das Besondere an SPARQUE.AI ist unser Fokus auf Geschwindigkeit und Skalierbarkeit. Unsere KI-Algorithmen nutzen Daten aus verschiedensten Quellen – darunter ERP- und PIM-Systeme, E-Commerce-Plattformen, Browserhistorien, Geräteinformationen und Echtzeitdaten wie Wetterbedingungen. Ob Sie eine Headless-Architektur bevorzugen oder das Frontend einer bestehenden B2B- oder B2C-Plattform optimieren möchten – SPARQUE.AI integriert sich nahtlos über eine API-first-Strategie in Ihre Systeme.

Im Zentrum von SPARQUE.AI steht unser innovatives Build-Your-Own-Algorithm (BYOA)-Feature. Damit ermöglichen wir die Integration individueller Datenquellen, die Verbindung mit anderen KI-Tools und bieten Ihnen volle Kontrolle über jeden Aspekt der eingesetzten künstlichen Intelligenz.

**Bereit, die Spielregeln der Kundenbindung neu zu definieren?**



Kontaktieren Sie uns, um herauszufinden, was SPARQUE.AI für Ihr Online-Business tun kann!

**Chi Shing Chang**  
Managing Director,  
SPARQUE.AI

[www.sparque.ai](http://www.sparque.ai)  
[info@sparque.ai](mailto:info@sparque.ai)

SPARQUE·AI

# Über Neortus

Neortus ist eine Boutique-Agentur für digitalen Handel mit Sitz in Amsterdam, die sich darauf spezialisiert hat, Ihre E-Commerce-Ambitionen mit Geschwindigkeit und Agilität voranzutreiben. Mit unserer langjährigen Erfahrung und tiefgreifenden Expertise in den Bereichen Composable Commerce, Kundenerfahrung und künstliche Intelligenz entwickeln wir maßgeschneiderte Lösungen, die messbare Ergebnisse liefern.

Wir sind ein verlässlicher Partner für Großhändler und Markenhersteller und bieten umfassende Dienstleistungen an – von der Strategieentwicklung über die Webshop-Implementierung bis hin zur Optimierung von Conversion Rates und dem Produktdatenmanagement. Bei Neortus verwandeln wir Ihre digitale Vision in greifbare Erfolge.



## NIKKI EIJPEN

Nikki ist Experte für digitalen Handel bei Neortus und verfügt über mehr als zehn Jahre Erfahrung in internationalen E-Commerce-Projekten. Seine berufliche Laufbahn umfasst vielseitige Tätigkeiten in den Bereichen Technologie, Beratung und Management.

Mit einem fundierten Wissen im Bereich E-Commerce hat Nikki zahlreiche Projekte erfolgreich umgesetzt. Dazu zählen u. a. Digitalisierungsstrategien, die Optimierung der Produkt- und Kundenerfahrung und die Realisierung von Marken-Webshops. Darüber hinaus hat er Marktplatzmodelle etabliert und KI sowie Datenanalysen genutzt, um nachhaltiges Wachstum und Innovation zu

Wir freuen uns, von Ihnen zu hören, kontaktieren Sie uns.

[www.neortus.com](http://www.neortus.com)  
[info@neortus.com](mailto:info@neortus.com)