

Maxymiser à la conquête de l'e-Commerce en France

Leader dans l'optimisation multicanal du parcours client online, Maxymiser part à la conquête des Grandes Enseignes de l'e-Commerce en France.

Classé par Forrester comme leader dans les technologies de testing et de personnalisation, Maxymiser, dont le siège social est basé à New York, aide les grandes enseignes à l'image d'Accor, Lacoste, Orange, American Express et The Financial Times, à augmenter leur conversion digitale et personnaliser leur parcours client sur le Web, mobile et Apps.

En analysant le comportement des internautes sur leur site, Maxymiser aide ses clients à développer des stratégies d'optimisation s'appuyant sur des technologies de tests multivariables, de segmentation et de personnalisation.

Le développement de Maxymiser en France souligne la volonté stratégique du groupe d'accompagner ses clients internationaux ayant une présence digitale sur le sol français et de conquérir le 3^{ème} marché de l'e-Commerce européen. Maxymiser s'appuiera également sur des partenariats technologiques avec des acteurs à l'image d'AT Internet ou de 55.

Nick Keating, VP EMEA, précise : « *Maxymiser aide depuis de nombreuses années ses clients à atteindre un ROI significatif, en optimisant leur expérience client sur le Web. Nous observons aujourd'hui une évolution du marché visant à développer des stratégies d'optimisation sur le canal mobile, ainsi qu'à personnaliser leur parcours client pour offrir l'expérience la plus pertinente à leurs internautes. C'est cette expertise que nous souhaitons aujourd'hui proposer au marché français pour aider nos clients à améliorer leur performance.* »

Jauffrey Golinski, Directeur Commercial de Maxymiser pour la France, commente : « *Développer l'activité de Maxymiser en France est un challenge passionnant. Parmi les marchés les plus stratégiques sur lesquels nous opérons (Etats-Unis, Royaume-Uni, Allemagne), la France est certainement celui ayant la plus grande appétence à développer des stratégies d'optimisation.*

La vaste majorité des Grandes Enseignes de l'e-Commerce s'en remet à l'intuition ou à de simples tests A/B pour optimiser leur site. Notre expérience prouve que la réussite de nos clients réside dans la combinaison d'une réelle stratégie d'optimisation et de technologies de tests multi-variables et de personnalisation. Non seulement nous impactons très significativement les résultats financiers de nos clients, mais notre technologie et notre expertise leur donnent également les moyens de répondre à des questions stratégiques pour leur activité, et de mitiger le risque inhérent à toute modification de leur site. Je suis ravi de participer à ce que je pense être une véritable transformation de l'e-Commerce en France dans les prochaines années. »

A propos de Maxymiser :

Reconnu par le Sunday Times en 2013 dans son classement Tech Track 100, Maxymiser sert à ses clients plus de 10 milliards d'expériences individuelles chaque mois et les aide à transformer chacune de leur interaction digitale en une expérience client homogène, pertinente et engageante. Maxymiser aide également à la définition de stratégies d'optimisation qui, associées à des technologies de tests multivariables et de personnalisation, donnent des résultats rapidement mesurables pour chaque client sur le Web, mobile, et Apps.

Maxymiser accompagne les sociétés les plus emblématiques comme Accor, Lacoste, Avis Budget, easyJet, HSBC et The Economist. Fondée en 2006, Maxymiser est basé à New York avec des bureaux à Chicago, Edimbourg, Dnipropetrovsk, Düsseldorf, Londres, Munich et à San Francisco.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur le site www.maxymiser.com et retrouvez l'entreprise sur Facebook, Twitter et LinkedIn.

Contact presse :

Véronique PIGOT - Agence Kani RP pour Maxymiser - Tél. : 33 (1) 49 52 60 64 - Email : maxymiser@kanirp.com