

MAXYMISER ajoute de nouvelles fonctionnalités à sa plate-forme d'optimisation de l'expérience client online

De nouvelles fonctionnalités incluant une solution visuelle de testing (tests A/B et multivariés) pour smartphones et tablettes ainsi qu'une technologie étendue pour les Apps sur Android viennent renforcer l'offre de solutions et services de Maxymiser. Cette mise à jour majeure va faciliter le quotidien des ecommerçants ambitieux.

Maxymiser, spécialiste de l'optimisation de l'expérience client online, étoffe les fonctionnalités de sa suite de solutions d'optimisation. Ces nouvelles fonctions sont intégrées et proposées à tous les clients dès à présent.

A l'écoute de ses clients et conscient des enjeux stratégiques, Maxymiser propose désormais une solution visuelle de testing (*Visual Campaign Builder* ou *VCB*) sur tablettes et smartphones. Cet outil permet d'une part de visualiser et d'éditer le contenu, tel qu'il s'affiche sur une tablette ou un smartphone, et, d'autre part, d'installer une interface de suivi des clics ou des pages vues pour mesurer les résultats des campagnes. Il offre également la possibilité de choisir une audience pour chaque campagne afin de cibler le test en fonction du profil de l'internaute.

De surcroît, les fonctionnalités de testing A/B proposées par Maxymiser sont maintenant disponibles pour tester les applications mobiles sur les systèmes iOS et Android. Le même niveau de support est fourni pour chaque système et de nouvelles améliorations sont à venir prochainement.

Nick Keating, VP EMEA chez Maxymiser, commente : *«la demande grandissante pour des outils dédiés à l'amélioration de l'expérience client online nous a incité à faire évoluer notre offre pour faciliter le quotidien de nos clients. Faire de l'optimisation, une activité que nos clients peuvent prendre en charge de manière facile et efficace, tout en s'appuyant sur l'expertise et l'expérience de notre équipe de services client lorsque nécessaire est une de nos priorités.»*

A propos de Maxymiser :

Fondée en 2006, Maxymiser aide les grandes enseignes à transformer chacune de leur interaction digitale en une expérience client homogène, pertinente et engageante grâce à la mise en place de ses solutions de testing et d'optimisation multicanal en mode cloud. Connue pour servir des milliards d'expériences individuelles et la réalisation de 10 milliards de tests mensuels pour le compte de clients internationaux, Maxymiser valorise les données clients pour radicalement stimuler l'engagement et les ventes, et augmenter, sur le long terme, la valeur de l'entreprise. L'originalité de Maxymiser réside dans l'association d'une solution logicielle d'optimisation de l'expérience client et d'un accompagnement opérationnel reposant sur une équipe d'experts métier. Cette approche permet de donner des résultats rapidement mesurables sur la stratégie produit sur le web, les mobiles, les réseaux sociaux et les campagnes d'emails lors de tests client A/B multivariés, en fonction de la segmentation client et du ciblage comportemental.

Entrée en 2013 dans le classement Tech Track 100 du Sunday Time, Maxymiser accompagne les sociétés les plus emblématiques telles que Avis Budget EMEA, Intercontinental Hotel Group, Mothercare, EasyJet, Homebase, HSBC et Virgin Media. Maxymiser est basée à New York avec des bureaux à Chicago, Edimbourg, 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