

Pressemeldung

FoxBase präsentiert auf der EMO neue Features des Digital Product Selectors

Auf der EMO stellt die FoxBase GmbH die Erneuerungen ihrer prämierten Software-Lösung zur Beschleunigung des B2B-Vertriebs vor

Düsseldorf, 03.07.2023

Das Software-Unternehmen *FoxBase* aus Düsseldorf hat eine Lösung entwickelt, die den B2B-Vertrieb radikal beschleunigt sowie die Vertriebseffizienz um bis zu 40 % erhöht. Die Software *Digital Product Selectors* unterstützt Vertriebsmitarbeiter und Kunden in kürzester Zeit, einfach und digital das beste Produkt zu finden – wie bei einer guten Einzelberatung. Auf der EMO wird FoxBase die neuesten Features der Software präsentieren. Die Geschwindigkeit und Präzision von FoxBase ermöglichen es Unternehmen, ihre Effizienz zu steigern, Kosten zu senken und Wettbewerbsvorteile zu erlangen.

Die Software identifiziert über eine interaktive Benutzeroberfläche individuelle Kundenbedürfnisse und berechnet eine konkrete Empfehlung. B2B-Kunden suchen heute einfache, schnelle und digitale Beratung und erwarten den gleichen Service und die gleiche Convenience, die sie aus ihrem privaten Konsumverhalten gewohnt sind. Umso wichtiger ist es, dass auch auf den digitalen Kanälen die Kundenbedürfnisse berücksichtigt werden und eine digitale Beratung angeboten wird. Um diese Probleme zu lösen, hat *FoxBase* den *Digital Product Selector* entwickelt.

Auf der EMO wird FoxBase erstmals einem breiteren Publikum die neuesten Features vorstellen. Eine bedeutende Weiterentwicklung betrifft die Custom Frontends, die es den Kunden ermöglichen, eigene Frontends zu entwickeln. Darüber hinaus wird in Kürze ein neues Frontend angeboten, das nach erfolgreichen Testläufen allen Kunden zur Verfügung stehen wird. Eine weitere Verbesserung betrifft die neue Data Pipeline Technologie, mit der Daten aus PIM-Systemen oder Datenquellen wie CSV-Dateien automatisch abgerufen und gegebenenfalls transformiert werden können, um sie anschließend auf der Plattform bereitzustellen.

Die innovative Lösung überzeugte bisher nicht nur zahlreiche KMUs wie auch Dax-Konzerne, sondern auch zuletzt die Landesregierung Nordrhein-Westfalen. FoxBase ist Teil des Accelerator-Programms Scale-up.NRW, mit welchem wachstumsstarke Startups unterstützt werden, die Anforderungen einer schnellen und internationalen Skalierung zu adressieren. Vor kurzem hat die FoxBase GmbH zudem ein Millionen-Investment vom Baustoffzulieferer Schöck AG erhalten, um den nächsten großen Wachstumsschritt zu gehen.

FoxBase ist ein Software-Unternehmen aus Düsseldorf, welches 2016 gegründet wurde. Mit der Software-Lösung, Digital Product Selector, digitalisieren und beschleunigen B2B-Unternehmen den Vertrieb radikal und steigern so ihre Effizienz signifikant.

Der Digital Product Selector im Überblick

Modellierung der Kundenbedürfnis-Analyse

Im ersten Schritt wird die Abfrage der Kundenbedürfnisse modelliert. Das bedeutet, die Kunden können die Fragen und Antworten eines guten Verkaufsgespräches mit einem Vertriebsmitarbeiter digital abbilden und so sämtliche Anforderungen des Kunden ermitteln.

Individuelle Produkt-Empfehlungen

Auf Basis der erhobenen Anforderungen wird nun eine nur noch begrenzte Anzahl der besten Produkte übersichtlich empfohlen. Dazu werden die verschiedenen Algorithmus-Optionen der Selector.AI herangezogen, um dem System das für die Empfehlung notwendige Wissen der Organisation beizubringen. Im Ergebnis werden die besten Produkte für die jeweiligen Kundenbedürfnisse empfohlen.

Nahtlose Integration in Prozesse und Systeme

Alle Informationen über die Anforderungen des Kunden sowie des für ihn relevanten Produktes werden in den nachgelagerten Vertriebsprozessen weiter genutzt, um den Interessenten zum Kauf zu bewegen. Der *Digital Product Selector* unterstützt hierbei die komplette Breite möglicher Use Cases im B2B-Umfeld: vom direkten Kauf im Onlineshop, über CRM-Integration bis hin zur Kontaktaufnahme per E-Mail oder Chat, je nach Digitalisierungsgrad der Kunden.

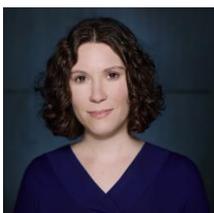
Customer Insights Portal

Alle Daten zu den Kundenbedürfnissen und zum User-Verhalten werden automatisch ausgewertet und visualisiert. So lassen sich wertvolle Erkenntnisse für die Produktpolitik sammeln, zum Beispiel, welche Kundenbedürfnisse oder vielmehr welche Kundenbedürfniskombinationen am häufigsten ausgewählt werden.

Geschäftsmodell und Kunden

Der *Digital Product Selector* wird als SaaS-Lösung verkauft und monatlich abgerechnet. Über ein Browser-basiertes User Interface kann die Performance des Systems überwacht, optimiert und notwendige Anpassungen können direkt von den Kunden vorgenommen werden.

PRESSEKONTAKT



Theresa Müller
Marketing und PR
Mail: presse@foxbase.de
Tel.: +49 211 15 86 40 66
Web: www.foxbase.de