

## Pressemitteilung

### **AB Tasty bringt mit „Flagship“ Experimente und Optimierung zu Produkt- und Tech-Teams**

**Mit der neuen Lösung erweitert AB Tasty seine Customer Experience Optimization Plattform. Marketing-, Produktentwicklungs- und IT-Teams kommen damit schneller zum ROI und können ihren Kunden kontinuierlich optimale digitale Erfahrungen bieten.**

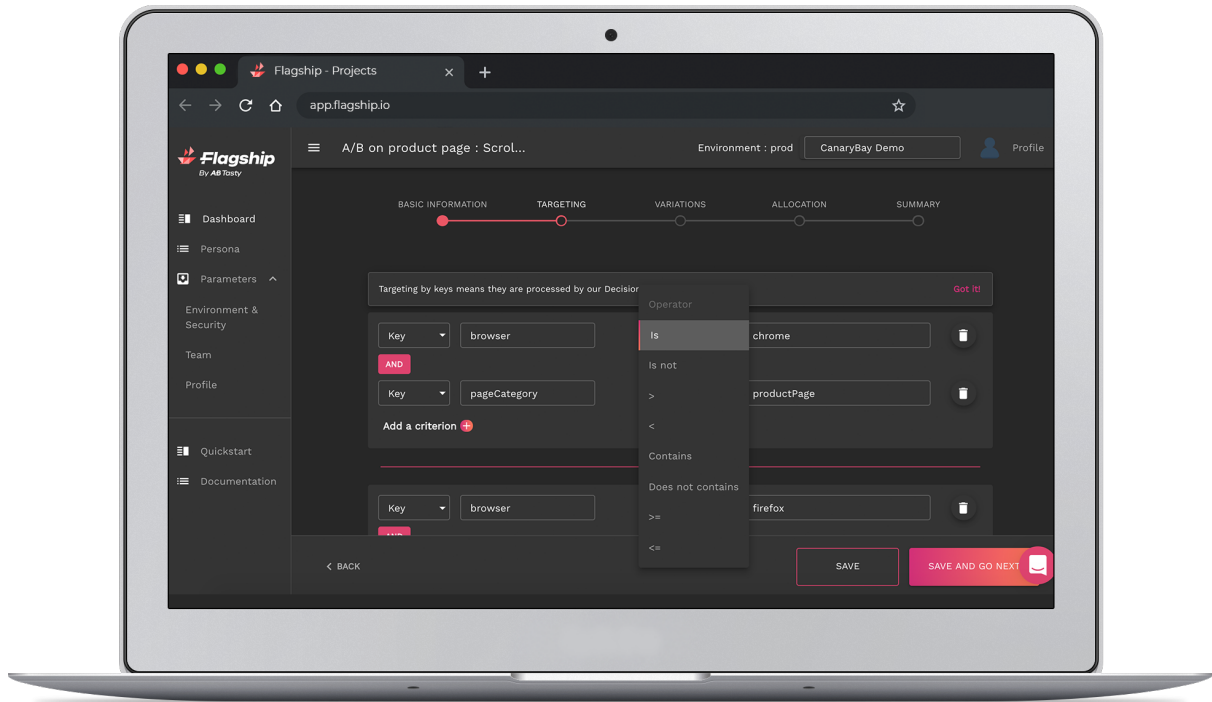
**Köln / New York, 15. Oktober 2019.** [AB Tasty](#) stellt heute „Flagship“ vor. Die neue Plattform richtet sich speziell an Produktteams und Entwickler, die damit Funktionen kontinuierlich managen und optimieren, mit diesen experimentieren und gleichzeitig das Risiko einer negativen Benutzererfahrung minimieren können. Die Plattform verfügt über eine völlig neue Benutzeroberfläche, Feature-Flags, progressive Rollout-Funktionen und eine Use-Case-Bibliothek. Produktteams können damit sich wiederholende Prozesse schneller bereitstellen.

„Verbraucher von heute unterscheiden nicht zwischen dem Surfen auf der Website oder der mobilen App einer Marke, dem Kontakt mit ihren IoT-Geräten und der Nutzung ihrer Webanwendung. All diese Touchpoints tragen zur Kundenerfahrung bei. Deshalb ist es wichtig, dass Produkt-, Technik- und Marketingteams ohne Reibungsverluste zusammenarbeiten, um diese Interaktionen kontinuierlich experimentell zu erleben, zu optimieren und zu personalisieren. Das kann unsere neue Lösung Flagship,“ erklärt [Jean-Yves Simon](#), Vice President Product bei AB Tasty.

Unternehmen können Flagship verwenden, um

- detaillierte Backend-Experimente auf jedem Gerät und auf jedem digitalen Kanal durchzuführen, indem Sie serverseitige Experimente nutzen,
- das digitale Kundenerlebnis zu personalisieren, indem bestimmte Personengruppen angesprochen werden,
- Risiken, die im Zusammenhang mit dem Bereitstellen neuer Funktionen stehen, durch Rollbacks, Feature-Flags und ein schrittweises Vorgehen deutlich zu verkleinern,
- Funktionen rechtzeitig einzuführen und so Umsatzeinbußen, die durch Verzögerungen hervorgerufen werden können, zu vermeiden,
- um sicherzustellen, dass das Kundenfeedback schnell in die Produktabläufe und Entscheidungen integriert wird.

„Flagship war extrem schnell und einfach zu implementieren und zu verstehen. Wir konnten direkt loslegen“, kommentiert Julien Martin, Vice President of Engineering bei Weekendsk und ein Early Adopter von Flagship. Alexandre Duarte und Alessandro Pintaudi, Produktchefs von Weekendsk, erläutern: „Flagship wird es uns ermöglichen, autonomer zu sein und dank schrittweiser Rollouts auch Risiken zu verringern. Wir können neue Funktionen in bestimmten Segmenten unserer Kundenbasis testen und das Benutzerfeedback besser in Echtzeit integrieren, Kill Switches einrichten und insbesondere Experimente durchführen.“



## Über AB Tasty

AB Tasty ist der wachstumsstärkste Anbieter KI-gestützter Experimente und Personalisierungen, der Unternehmen dabei unterstützt, mehr Conversions und Umsätze mit all ihren digitalen Ressourcen zu erzielen. Wir bieten Marketing- und Produktteams eine einfach zu bedienende Optimierungsplattform, mit der sie Website-Besucher in Kunden, Abonnenten oder Leads verwandeln und gleichzeitig hervorragende Benutzererlebnisse gestalten. Zu den Kunden von AB Tasty gehören Dr. Babor, FlixBus, shop-apotheke und der WDR sowie mehr als 850 weitere internationale Unternehmen.

[www.abtasty.com](http://www.abtasty.com)

## Unternehmenskontakt

Sonia Hofmann, Marketing & Communication Team Leader DACH,  
[sonia@abtasty.com](mailto:sonia@abtasty.com), 02 21/ 9204 2043

## Presse

Sympra GmbH (GPRA), Arno Laxy  
[arno.laxy@sympra.de](mailto:arno.laxy@sympra.de), 0 89/15 92 96 76, 01 71/9 32 86 78