

fullstory

PRESSEMITTEILUNG

Digitale Nutzererfahrung vollständig verstehen und optimieren: Tech-Uncorn FullStory betritt den deutschen Markt

FullStory's Technologie liefert "Digital Experience Intelligence" (DXI) und macht bei der Analyse der Nutzererfahrung blinde Flecken sichtbar. Das schnell wachsende Unternehmen ist auf dem hiesigen Markt ab sofort mit einem wachsenden Team und einem lokalen Data Center vertreten.

Köln, 22.06.2022 – [FullStory](#), ein US-amerikanischer Anbieter einer Plattform zur vollständigen Erfassung und Optimierung der digitalen Nutzererfahrung, gibt heute den Markteintritt in Deutschland und die Eröffnung eines Data Centers in Frankfurt bekannt. Das Team um Regional VP DACH Oskar Stenzel eröffnet damit den ersten Standort des Unternehmens in einem nicht-englischsprachigen Land. Das derzeit achtköpfige Team deckt zum Start die Bereiche Marketing, Sales, Customer Success und Solutions Engineering ab, sitzt in Hamburg, Köln und Berlin und wird in den kommenden Monaten kontinuierlich weiter ausgebaut.

Digital Experience Intelligence (DXI) dank einzigartiger Technologie

Zu verstehen, wie Nutzer:innen an den digitalen Touchpoints im Web oder in mobilen Apps mit einer Marke interagieren, hat zuletzt massiv an Bedeutung gewonnen – besonders im Zuge der globalen Pandemie. Immer mehr Unternehmen sind daher auf der Suche nach Digital Experience Intelligence (DXI), also einer möglichst vollständigen Erfassung und Analyse der digitalen Nutzererfahrung.

FullStorys Technologie nutzt hierfür sowohl quantitative (Analyse auf Basis von Machine Learning), als auch qualitative Daten (sog. Session Replays), um sämtliche Features, Seiten oder Prozesse zu erfassen und zu untersuchen, die eine digitale Nutzererfahrung ausmachen. Die Plattform bietet dabei gängige Metriken wie Abbrüche, Conversions, Formular-Vervollständigung und Fehlermeldungen. Dazu kommen aber auch einzigartige, selbst entwickelte Kennzahlen wie "Rage Clicks", eine Metrik, mit der sich Stellen aufdecken lassen, an denen Nutzer:innen häufig frustriert zurückbleiben.

Weltweit im Einsatz – DACH-Wachstum im Fokus

Allein im Jahr 2021 analysierte die FullStory-Plattform weltweit das Nutzerverhalten von fast 17,5 Milliarden Sessions mit mehr als einer Billion Interaktionen wie Klicks, Scrolls, Highlights oder sogenannten Frustrationssignalen wie Rage Clicks. Dabei sind

Unternehmen, die FullStory ausprobieren, sehr schnell beeindruckt von der Leistungsfähigkeit der Lösung, wie Kirsten Newbold-Knipp, CMO bei FullStory erläutert:

“Unser Produkt hat die Nachfrage außerhalb der englischsprachigen Märkte bisher praktisch von selbst geschaffen, denn es überzeugt Unternehmen und Marken fast von allein. Seit 2020 und der Eröffnung unseren Standorts in London sind wir in Europa präsent. Jetzt aber gehen wir den nächsten Schritt in Sachen Internationalisierung und starten mit einem neuen Team und einem regionalen Data Center in Deutschland, denn dies ist einer unserer wichtigsten Wachstumsmärkte.”

FullStory blickt seit der Gründung 2014 auf eine kontinuierliche Erfolgsgeschichte und ein zuletzt rasantes Unternehmenswachstum zurück. Das Technologieunternehmen hat in mehreren Finanzierungsrunden insgesamt 173 Millionen US-Dollar von Investoren wie Permira, Kleiner Perkins, GV, Stripes, Dell Technologies Capital, Salesforce Ventures und Glynn Capital eingesammelt und wurde im August 2021 mit 1,8 Milliarden US-Dollar bewertet. Im selben Jahr verdoppelte FullStory die Mitarbeiterzahl und beschäftigt aktuell weltweit mehr als 600 Menschen.

Derzeit bedient das Unternehmen gut 3.300 Kunden in 70 Ländern. In EMEA und APAC erreichte FullStory jeweils 100 Prozent Umsatzwachstum im Jahr 2021 – u.a. durch neue Kunden wie Kogan, MYOB, Zip, Endeavour Group und Flight Centre. Oskar Stenzel, Regional VP DACH bei FullStory ergänzt:

“Wir freuen uns darauf, ab sofort auf dem DACH-Markt durchzustarten. Schon jetzt nutzen großartige, im deutschsprachigen Raum ansässige Unternehmen wie Mammut und SoundCloud unsere Technologie - und wir sind davon überzeugt, dass schon bald weitere spannende Namen hinzukommen werden!”

Datenschutz und Datensicherheit

Besondere Bedeutung hat im Bereich Digital Experience Intelligence das Thema Datenschutz. FullStory ist vollständig DSGVO-konform. Die selbst entwickelte Technologie wurde von Grund auf dazu entwickelt, einen vollständigen Einblick in die Art und Weise zu geben, wie Nutzer:innen mit digitalen Anwendungen und Erlebnissen interagieren, ohne sensible, unnötige Informationen zu sammeln, die ein Risiko darstellen.

Zudem eröffnet FullStory zum Start in der DACH-Region ein eigenes Data Center in Deutschland, um das Bekenntnis zur DSGVO weiter zu untermauern und für die Kunden die größtmögliche Datensicherheit zu gewährleisten.

Blinde Flecken sichtbar machen – ohne Tagging

FullStory kann schnell und einfach in Webseiten und Apps integriert werden, indem einige wenige Zeilen Code hinzugefügt werden. Anschließend beginnt die Technologie umgehend damit, aus den umfassenden, indizierten und durchsuchbaren Daten Erkenntnisse zu generieren – inklusive der Möglichkeit, jederzeit Session Replays einzelner Nutzer:innen anzuschauen und so im Detail zu analysieren, wo Verbesserungspotenziale liegen etc. Das

Besondere daran: Dank der automatischen Datenerfassung (sog. "Autocapture") entfällt somit für Product Manager, Softwareentwickler und UX-Designer die Notwendigkeit, im Vorhinein ein Feature, eine Seite oder einen Prozess taggen zu müssen, den man genauer untersuchen will. In der Vergangenheit führte dieses konventionelle Vorgehen zwangsläufig zu blinden Flecken, da nie die vollständige Nutzererfahrung abgebildet werden konnte. FullStorys exklusiver Ansatz übertrumpft herkömmliche Tools, die lediglich Informationen und Kennzahlen darüber sammeln, "wie" sich Nutzer:innen online mit Produkten oder Dienstleistungen beschäftigen, aber nicht den entscheidenden Kontext zum "warum" liefern.

--

Über FullStory

Die Digital Experience Intelligence-Plattform von FullStory ermöglicht es Unternehmen, ihr digitales Kundenerlebnis auf Websites und in mobilen Apps kontinuierlich zu verbessern. Die Plattform liefert proaktiv Erkenntnisse aus Milliarden von Datenpunkten, die unmittelbar in Optimierungen umgesetzt werden können. FullStory hilft so Tausenden von Unternehmen, darunter Fortune-100-Unternehmen und die innovativsten Verbrauchermarken der Welt, evidenzbasierte digitale Verbesserungen vorzunehmen, die Kosten senken und Umsätze zurückgewinnen. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Atlanta und Angestellten in aller Welt, darunter London, Köln, Berlin und Hamburg, befindet sich in Privatbesitz und zählt Permira, Kleiner Perkins, GV, Stripes, Dell Technologies Capital, Salesforce Ventures und Glynn Capital zu seinen Investoren. Weitere Informationen finden Sie auf fullstory.com.