# O 40% delší život zákazníka? Incomaker veze na WebSummit novinku

1.11.2017

**Čím déle využívá zákazník nějaký softwarový produkt, tím více rostou příjmy firmy, která jej poskytuje. Start-up** [**Incomaker**](https://www.incomaker.com)**, který vyvíjí stejnojmennou platformu pro automatizaci marketingu, představí** **6. -9. 11. 2017 na konferenci WebSummit v Lisabonu novou vlastnost svého systému zvanou Fuzzy. Sleduje, jaké funkcionality softwaru jednotliví uživatelé nepoužívají a pokud vyhodnotí, že by jim nějaká z nich mohla být užitečná, zákazníkovi ji doporučí.**

Pokud se nová funkcionalita osvědčí, začne ji Incomaker nabízet i navenek pro integraci do jiných systémů. Mnoho softwarových firem totiž postupně vyvinulo své produkty do takové složitosti, že běžní uživatelé často znají jejich možností jen z malé části. Pro firmy je ale lepší, když zákazníci využívají produkt co nejvíce, protože to vede ke zlepšování jejich loajality a tzv. životnosti (customer lifetime period). To samozřejmě potom zvyšuje tržby, které firma od zákazníka získá.

*„Zjistili jsme, že jak se Incomaker postupem času rozrostl, naši zákazníci z něj obvykle využívají jen malou část, přestože by jiné funkce, o kterých ani nevědí, řešily řadu jejich problémů. Někdy je dokonce začnou poptávat, přestože je vlastně mají.“*, říká technický ředitel společnosti, Radomír Vach. *„Rozšířili jsme inteligenci aplikace, aby je navedla k vlastnostem, které se jim mohou hodit.“*

Incomaker je inteligentní systém pro automatizaci marketingu zejména v malých a středních firmách, který česko-portugalská společnost vyvíjí od roku 2015. Dokáže nahradit podstatnou část práce marketingových pracovníků a umožnit tak, aby se mohli soustředit hlavně na kreativní činnosti a nezabývat se rutinou. Například plánuje a provádí kampaně v oblasti digitálního marketingu, detailně sleduje chování zákazníků a shromažďuje o nich informace, jež užívá ke zvyšování úspěšnosti prodejů.

Ředitel společnosti, Tomáš Šalamon dodává: *„Když jsme zjistili, že stejný problém zdaleka netrápí jen nás, myšlenka nabídnout následně funkcionalitu i našim klientům, byla už přímočará. Odhadujeme, že s Fuzzy může Incomaker prodloužit průměrnou životnost zákazníka až o 40%.“*

Incomaker jede na WebSummit už podruhé a úspěšně svůj produkt prezentuje i jinde ve světě. V roce 2017 jej s podporou agentury CzechInvest předváděli např. na konferencích TechCrunch Disrupt v New Yorku a v San Franciscu.

**O Incomakeru:** Incomaker je česko-portugalský startup vyvíjející od roku 2015 pod stejným názvem systém pro inteligentní automatizaci marketingu. V roce 2016 získal jako teprve sedmá česká firma vysoce prestižní grant pro přední inovace z fondu Horizon 2020. Zákazníky Incomakeru jsou hlavně menší a střední společnosti v několika zemích Evropy a postupně se snaží pronikat i na další trhy. Incomaker využívají firmy z řady oborů: z cestovního ruchu, e-commerce, ale i finanční společnosti, firmy poskytující poradenství, vzdělávání, a mnohé další.

**O WebSummitu:** WebSummit je jedna z nejvýznamnějších světových akcí v oblasti start-upů a informačních technologií. Koná se od roku 2009, původně v Dublinu, ale počínaje loňským ročníkem se přesunula do Lisabonu. Účastní se jí kolem 60000 návštěvníků z celého světa. Mezi řečníky patří vrcholoví manažeři největších technologických firem, špičkoví světoví politici a přední technologičtí experti.

**Klíčová slova:** Incomaker, digitální marketing, životnost zákazníka, CLV, Fuzzy, WebSummit, customer lifetime period, inovace

Kontakt: Tomáš Šalamon

[salamon@incomaker.com](mailto:salamon@incomaker.com)

+420 608284740