Prenumerata Premium 6 miesięcy w cenie 60 zł zamiast 90 zł! **Użyj kodu BLACK**

martechy

cux.io, fot. materiały prasowe

Kuba Dobroszek 17.08.2022 Aktualizacja: 17.08.2022

Martech, czyli technologie marketingowe, to dziś jedna z najbardziej dynamicznych branż. Nowe możliwości pojawiają się w zasadzie z każdym miesiącem, a dotychczasowe rozwiązania przestają być skuteczne. Dokładna analiza procesów dziejących się wokół rynku martech może okazać się kluczem do sukcesu.

ARTYKUŁ BEZPŁATNY
z miesięcznika „My Company Polska", wydanie 8/2022 (83)

Prenumerata Premium 6 miesięcy w cenie 60 zł zamiast 90 zł! **Użyj kodu BLACK**

podmiotami – wystarczy wspomnieć takie spółki jak CallPage, Synerise, Brand24 czy Nethansa. Bohaterowie, z którymi rozmawialiśmy, nie potrafią jednoznacznie odpowiedzieć na pytanie dotyczące tego, dlaczego akurat w martechu Polska stała się tak znaczącym graczem. – Po prostu doskonale czujemy ten rynek. Trudno mi to wyjaśnić, ale należy się z tego cieszyć, a nie dociekać, co stoi u podstaw dynamicznego rozwoju – mówi jeden z naszych rozmówców.

Należy cieszyć się tym bardziej, że według szacunków globalna branża innowacji technologicznych w marketingu w ub.r. warta była ponad 340 mld dol. Jest więc o co walczyć, zwłaszcza że zmiany, jakie pandemia koronawirusa wymusiła w podejściu do sprzedaży i marketingu, sprawiły, że szansa na rozwój stała się jeszcze większa.

Większy kawałek tortu jest na wyciągnięcie ręki.

Consumer Intelligence

Startup zajmuje się pozyskiwaniem informacji zakupowej i zarządzaniem nią – specjalizuje się m.in. w budowie aplikacji na rynku centrów handlowych, jak również obsługuje program lojalnościowy Blovly. Spółka współpracuje z wieloma centrami, skupiając się w swoich rozwiązaniach na optymalizacji portfela najemców i urządzenia przestrzeni w taki sposób, aby dostarczyć klientom jak najlepszych doświadczeń zakupowych. Chce to osiągnąć m.in. poprzez proponowanie łączenia robienia zakupów z różnego rodzaju eventami. – Pomimo że zauważamy istotny trend wzrostowy zakupów online, to konsumenci nadal poszukują ciekawych doświadczeń podczas rzeczywistych zakupów. To właśnie głównie centra handlowe mają szansę zapewnić te doświadczenia, jeżeli będą szczegółowo analizować potrzeby konsumentów, odpowiednio modyfikować ofertę i dynamicznie dostosowywać się do zmieniającego

Prenumerata Premium 6 miesięcy w cenie 60 zł zamiast 90 zł! **Użyj kodu BLACK**

z wykorzystaniem augmented reality, której celem jest rozszerzenie funkcjonalności aplikacji mobilnych dostarczanych centrom handlowym o innowacyjną nawigację wewnątrz pomieszczeń, opartą na obrazie z telefonu komórkowego. Dzięki niej każdy użytkownik aplikacji mobilnej danego kompleksu będzie mógł łatwo poruszać się w jego obrębie, a także docelowo realizować zakupy przy wsparciu asystenta.

W lutym tego roku Consumer Intelligence poinformował o pozyskaniu nowego inwestora – fundusz SPINAKER alfa zainwestował milion złotych w nowe rozwiązania startupu.

Boostsite

To wrocławski startup technologiczny, który stworzył oprogramowanie do automatycznej analizy SEO witryn internetowych. Software łączy w sobie funkcjonalność kilku rozproszonych narzędzi, do tej pory wykorzystywanych oddzielnie, co mnożyło firmowe wydatki związane z utrzymaniem stron i serwisów internetowych. Technologia opracowana przez spółkę to nie tylko oszczędność, ale również zwiększenie widoczności w organicznych wynikach wyszukiwania. – Stworzyliśmy rozwiązanie z potencjałem i zasięgiem globalnym, które poza listowaniem danych tworzy wytyczne, wręcz gotowe rozwiązania, a także autonomicznie poprawia wiele istotnych dla pozycjonowania obszarów – wyjaśnia Marcin Gaworski, CEO w Boostsite.com, będącą spółką należącą do grupy Hexe Capital – hubu technologicznego, inwestującego w modelu venture building w projekty technologiczne.

Pod koniec zeszłego roku w startup zainwestował fundusz Venture Inc. Jak zapowiedziano przy okazji opublikowania informacji o finansowaniu, pozyskane środki posłużą przede wszystkim do budowy skalowalnej infrastruktury do obsługi praktycznie

Prenumerata Premium 6 miesięcy w cenie 60 zł zamiast 90 zł! **Użyj kodu BLACK**

MY COMPANY POLSKA

Polski startup z sektora martech tworzy platformę, która na podstawie informacji wejściowych, opisujących m.in. rodzaj działalności, grupę docelową czy USP produktu, rekomenduje taktyki, które – osadzone w lejku sprzedażowym – tworzą strategię marketingową dostosowaną do założonego przez klienta celu. Digital First AI to narzędzie typu SaaS + marketplace – z jednej strony działa w modelu subskrypcyjnym, a z drugiej buduje społeczność growth hackerów, dając im możliwość zarabiania na stworzonych taktykach.

Inicjatywę rozwijają pasjonaci marketingu cyfrowego, posiadający wieloletnie doświadczenie w branży. – Z perspektywy specjalistów od reklamy pracujących w agencjach obserwowaliśmy niemały marketingowy rollercoaster: brak standardów, hegemonię wielkich podmiotów reklamowych, absurdalnie rozdęty rynek martech... Właśnie dlatego podjęliśmy się wyzwania stworzenia platformy, w której wykorzystamy nasze doświadczenie do usprawnienia całej branży – wskazują założyciele startupu.

Digital First AI podpisało niedawno 5-letni kontrakt z Infinitum Education – inkubowanym w Oxford University Innovation startupem z branży edtech zarządzającym transferem technologii na Uniwersytecie Oxforda, a więc – według QS University Rankings 2022 – drugiej najlepszej uczelni na świecie. Polska spółka nie tylko została dostawcą technologicznym narzędzia, które będzie służyło do edukacji marketingowej, ale również przeprowadzi cykl szkoleń wdrożeniowych do platformy oraz zaproponuje zadania polegające na tworzeniu strategii marketingowej, planów marketingowych i lejków sprzedażowych. – Bardzo nas cieszy, że nasza technologia będzie wspierać programy edukacyjne wywodzące się od jednego z wiodących startupów z sektora edtech. Dowodzi to, że jesteśmy w stanie zaspokoić potrzeby najbardziej wymagających biznesów, zarówno jeśli

Prenumerata Premium 6 miesięcy w cenie 60 zł zamiast 90 zł! **Użyj kodu BLACK**

Startup – z wykorzystaniem AI, wizji komputerowej oraz rozszerzonej rzeczywistości – dostarcza rozwiązania wspierające sprzedaż dla branży detalicznej poprzez zaangażowanie konsumentów. Technologia opracowana przez spółkę pozwala markom i sprzedawcom poprawić wrażenia klientów dzięki treściom opartym na mechanizmach znanych z gier, jednocześnie wpływając na proces zakupowy. Jak wielokrotnie podkreślał Łukasz Piotrowski – założyciel Omniaz – rozwój inicjatywy był możliwy dzięki pomocy Łódzkiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej.

Jednym z głównych celów, jakie założył sobie startup, jest wsparcie podejmowania decyzji zakupowych poprzez umożliwienie kupującym interakcji z produktami. – Pewni konsumenci kupują chętniej, wydają więcej, rzadziej zwracają towary – przekonują przedstawiciele spółki. Jako przykład obszaru, który może szczególnie zyskać na ich technologii, wskazują m.in. rynek związany z urządzaniem wnętrz – dzięki rozwiązaniu Omniaz odbiorca może w łatwy sposób sprawdzić, czy pożądane przez niego meble pasują do wystroju. Zdaniem twórców startupu, by zaimplementować funkcjonalność Omniaz, nie trzeba być zaznajomionym z technologiami wirtualnej czy rozszerzonej rzeczywistości – firma pomaga klientom na każdym etapie wdrożenia.

Omniaz wyróżniono podczas 14. Edycji Europejskiego Kongresu Gospodarczego w Katowicach – startup został laureatem konkursu Start-up Challenge w kategorii „business processes".

Sentimenti

Sentistock od Sentimenti to narzędzie służące do analizy na podstawie emocji trendów w handlu różnymi instrumentami finansowymi: akcjami, parami walutowymi (Forex), kryptowalutami czy indeksami giełdowymi. Jak przekonują założyciele startupu, tym, co wyróżnia ich technologię od konkurencyjnych narzędzi, jest umiejętność rozumienia tekstu oraz przypisywanie wyrazom konkretnych znaczeń

Prenumerata Premium 6 miesięcy w cenie 60 zł zamiast 90 zł! **Użyj kodu BLACK**

predykcję umożliwia analiza treści oparta nie na samym sentymencie (negatywny vs. pozytywny), ale na precyzyjnym odczytaniu ośmiu emocji: radość, zaufanie, strach, zaskoczenie, smutek, wstręt, gniew, oczekiwanie. Algorytm potrafi odczytać kontekst wypowiedzi, zrozumieć emotikonki, skrótowce, wydźwięk i temperament, a więc to wszystko, co wpływa na czytelnika. Mamy 1,5 mln oznaczonych emocjami słów, fraz i tekstów. Dzięki temu oferujemy najlepszy na świecie algorytm do rozpoznawania emocji w tekstach.

Zdaniem twórców narzędzia skuteczność jego prognoz sięga nawet 78 proc. dla polskich spółek giełdowych oraz niemal 80 proc. dla kryptowalut.

TUATARA

– Tworzymy zachwycające doświadczenia w przestrzeni cyfrowej – mówią przedstawiciele firmy. I dodają: – Dobieramy technologie, by tworzyć pomysły, które rozwiązują problemy biznesowe. Pracujemy z wiodącymi producentami oprogramowania, używamy własnych produktów, wykorzystujemy komponenty open-source oraz komercyjne technologie naszych partnerów, by – dodając pasję do innowacji – dostarczać optymalne rezultaty.

Najnowszym produktem spółki jest Fintin, czyli innowacyjne rozwiązanie dopasowane do potrzeb dostawców usług finansowych, dealerów samochodowych, brokerów oraz ich klientów. Zawiera pełny zestaw narzędzi potrzebnych do zapewnienia kompleksowej oferty finansowania. To rozwiązanie zgodne z regulacjami dotyczącymi prywatności, które można wdrożyć w wybranej konfiguracji – on-premise, hybrydowo lub w chmurach takich jak Azure, AWS czy IBM. Ponadto w portfolio firmy znajdują się boty oparte na sztucznej inteligencji, technologie kognitywne czy narzędzia do monetyzacji danych.

Prenumerata Premium 6 miesięcy w cenie 60 zł zamiast 90 zł! **Użyj kodu BLACK**

komercjalizacji rozwiązań satelitarnych w całym regionie.

Virbe

Startup stworzył wirtualne istoty, mające wspierać przedsiębiorców w lepszej i efektywniejszej komunikacji z klientami – zarówno w sferze online, jak i offline. – Nasze wirtualne istoty każdego dnia nabywają nowych umiejętności i poszerzają kompetencje. Ich zadaniem jest odciążenie ludzi w najbardziej powtarzalnych zadaniach, a jednocześnie dbają o to, by kontakt z człowiekiem miał bardziej osobisty charakter – wyjaśnia Krzysztof Wróbel, CEO Virbe.

Choć – co naturalne – główną dziedziną, w jakiej technologia Virbe znajduje zastosowanie, jest e-commerce, wirtualne istoty mogą być wykorzystywane również w HR (usprawnienie procesu rekrutacyjnego) czy edukacji. – Komunikacja w internecie pozostawia wiele do życzenia, a przekaz, z jakim obcujemy w świecie online, jest często jednostronny. Jeśli zaś pojawia się opcja wejścia w dialog, oznacza to najczęściej chatboty, które także są niedoskonałe, gdyż oferują wyłącznie interakcję na poziomie tekstu – dodaje Paweł Ruszlewski, współtwórca Virbe.

cux.io

To polski startup specjalizujący się w wykorzystaniu uczenia maszynowego do analizy predyktywnej. Narzędzie umożliwia ograniczenie przetwarzania ogromnej ilości danych i wskaźników, a skupienie się na wnioskowaniu w kontekście konkretnego celu biznesowego. Mówiąc prościej: rozwiązanie łączy neuromarketing i analizę behawioralną, umożliwiając odnajdywanie źródeł problemów i frustracji użytkowników, a następnie dostosowując do nich najwłaściwsze rozwiązanie. – Czas jest największą walutą, dlatego nasza aplikacja nie tylko przeprowadza sporą część analizy za

Prenumerata Premium 6 miesięcy w cenie 60 zł zamiast 90 zł! **Użyj kodu BLACK**

najlepszych startupach z kategorii Smart Data Marketing. Uroczystość wręczenia nagród była świetną okazją nie tylko do nawiązania kontaktów biznesowych, ale również do prezentacji technologii przed największymi graczami, takimi jak Walt Disney czy Red Bull.

Cux.io działa na ponad 100 rynkach. Przedstawiciele firmy zapowiadają kolejne wzrosty przychodów przed końcem br.

NativeHash

Firma dostarcza kreatywne rozwiązania reklamowe dla marek i influencerów. – Naszą misją jest zmiana sposobu digitalowej komunikacji w obszarze mediów społecznościowych. Chcemy kształtować przyszłość cyfrowej reklamy i wywierać pozytywny wpływ na branżę influencer marketingu, aby działała szybciej, łatwiej i wydajniej dla każdego – wyjaśniają twórcy NativeHash.

Platforma stworzona przez startup – za pomocą algorytmów sztucznej inteligencji – dopasowuje influencera do archetypu marki, co pozwala na szybsze połączenie go z klientem, lepsze dopasowanie oferty, a w konsekwencji efektywniejszą współpracę.

NativeHash został ćwierćfinalistą tegorocznej edycji konkursu Start-up Challenge.

Heroify

Heroify nie jest typowym startupem z branży martech – to raczej innowacyjny HRtech – jednak funkcjonalność podmiotu w dużym stopniu dotyka istotnego zagadnienia związanego z marketingiem, jakim jest rekrutacja wykwalifikowanego personelu. To problem, który zgłasza nam mnóstwo firm, dlatego postanowiliśmy umieścić spółkę w tym zestawieniu.

Prenumerata Premium 6 miesięcy w cenie 60 zł zamiast 90 zł! **Użyj kodu BLACK**

które warto przetestować, oraz dobiera pytania, które pozwolą zrobić to najskuteczniej. Pytania zostały opracowane przez zespół ponad 30 ekspertów z wieloletnim międzynarodowym doświadczeniem.

– Pandemia zmieniła na zawsze rynek rekrutacji. Pozyskiwanie dobrych kandydatów jest coraz trudniejsze, dlatego firmy nie mogą sobie pozwolić na przypadkowe odsianie świetnych kandydatów lub zatrudnienie nieodpowiedniej osoby. To generuje koszty idące w dziesiątki, a nawet setki tysięcy złotych, dlatego w ostatnich latach na znaczeniu zyskuje rekrutacja oparta na kompetencjach. Badania potwierdzają, że przynosi 2,5-krotnie lepsze efekty niż ta oparta na doświadczeniu. Taki proces znacząco redukuje wpływ nieuświadomionych uprzedzeń i preferencji rekruterów, a także zwiększa szanse kandydatów o dużych umiejętnościach, którzy nie mogą pochwalić się wykształceniem lub odpowiednim doświadczeniem – tłumaczy Paulina Wardęga, CEO i współzałożycielka Heroify.

Od marca 2022 r. Heroify wykorzystano w kilkudziesięciu procesach rekrutacyjnych, m.in. prowadzonych przez takie startupy jak inStreamly czy HiPets. Spółka pozyskała niedawno na dalszy rozwój 1,7 mln zł w rundzie pre-seed – środki pomogą w skalowaniu sprzedaży, jak również ekspansji międzynarodowej.