



Episerver Triggered Messages

Benutzerhandbuch





© EpiServer 2020

EpiServer Triggered Messages Benutzerhandbuch

Veröffentlicht: 2020-05-28

Inhaltsverzeichnis

Triggered Messages	5
Trigger-Arten	7
Tägliche Trigger	7
In-Session-Trigger	8
Triggered-Messages-Kampagne einrichten	9
Neue Triggered-Messages-Kampagne erstellen	9
ESP-Verbindung einrichten	12
ESP-Aktion einrichten	13
Links zu einem bestimmten Warenkorb erstellen	15
Triggered-Messages-Kampagnen verwalten	16
Triggered-Messages-Kampagnen priorisieren	16
Beispiel für Trigger-Prioritäten	17
Getriggerte Email-Product-Recommendations-Kampagne einrichten	19
Triggered-Messages-Berichte in Episerver	22
Triggered Messages mit Episerver Campaign verwenden	24
E-Mails mit Trigger senden	24
Autorisierungscode der Empfängerliste abrufen	27
Link zu einem bestimmten Warenkorb erstellen	29
ESP-Aktion erstellen	29
"Nachricht an Benutzer senden"-Aktion erstellen	29
"Benutzer zur Zielgruppe hinzufügen"-Aktion erstellen	30
"Benutzer aus Zielgruppe entfernen"-Aktion erstellen	31
E-Mail-Kampagne in Episerver einrichten	32



Triggered Messages

Hinweis: Die [Episerver Customer-Centric Digital Experience Platform](#) enthält zahlreiche Funktionen, um Sie bei Ihrer täglichen Arbeit zu unterstützen. Je nachdem, wie Ihre Episerver Lösung eingerichtet ist, stehen Ihnen einige in dieser Dokumentation beschriebene Funktionen möglicherweise nicht zur Verfügung. Wenden Sie sich an Ihren Systemadministrator, um mehr darüber zu erfahren. Für technische Details, siehe [Episerver World](#).

Sie können automatisierte personalisierte E-Mails über einen E-Mail-Dienstanbieter (ESP) versenden, die durch die Aktionen des E-Mail-Empfängers auf der Webseite ausgelöst werden. Diese E-Mails benachrichtigen den Benutzer in der Regel über eine Preis-senkung oder über letzte Chancen zum Kauf. Da Episerver das gesamte Benut-zerverhalten erfasst, können Sie dieses Verhalten auch dazu nutzen, um alternative Empfehlungen zu abgebrochenen oder angesehenen Produkten einzubinden.


Ihnen stehen folgende voreingestellte Trigger zur Verfügung:

- **Verlassene Kasse**
- **Verlassener Warenkorb**
- **Verlassene Sitzung**
- **Gezielte Rabatte**
- **Hohes Produktinteresse**
- **Nachkauf**
- **Geringer Lagerbestand, verlassener Warenkorb.**

Im Abschnitt [Trigger-Arten](#) finden Sie eine Liste der verfügbaren Trigger und deren Beschreibungen. Da häufig neue Optionen hinzugefügt werden, kontaktieren Sie Ihren Episerver Customer Success Manager, um zu erfahren, was verfügbar ist und zu bespre-chen, welche speziellen Anforderungen Sie haben.

Um die Triggered-Messages-Funktionalität zu aktivieren, richten Sie die Konfiguration im Episerver for the Personalization Portal so ein, dass Episerver und die ESP-Plattform mit-einander kommunizieren können, um die passende Nachricht zur richtigen Zeit zu ver-senden. Siehe [ESP-Verbindung einrichten](#).

Hinweis: Die Konfiguration ist für jeden E-Mail-Dienstanbieter anders. Episerver Triggered Messages kann mit jedem ESP



verwendet werden, also können Sie Triggered Messages und Email Recommendations zu jedem beliebigen Anbieter migrieren.

Wenn Sie Triggered Messages allein benutzen, können Sie Benutzer automatisch zu einer E-Mail-Liste oder -Gruppe hinzufügen und die Empfängerliste mit den in Ihrem ESP-Konto verfügbaren Automatisierungsprogrammen weiter präzisieren, oder Sie können sofort eine E-Mail auslösen, die von Ihrem ESP versendet wird. In Kombination mit Email Recommendations haben Sie die Möglichkeit, bestimmte Produkte, die für die Benutzer von Interesse sind, einzuschließen - ihre durchsuchten und verlassenen Produkte und Empfehlungen, die auf deren Verhalten auf der Webseite basieren.

Trigger-Arten

Tägliche Trigger

Tägliche Trigger werden zur täglichen Analyse zu einem bestimmten Zeitpunkt geplant.

Tägliche Trigger	Beschreibung
Gezielte Rabatte	Löst aus, wenn ein Produkt, das sich der Besucher in den letzten 30 Tagen angesehen, aber nicht gekauft hat, im Preis gesunken ist. Die Analyse läuft, sobald der Produkt-Feed importiert wurde. Kann mit einer Email-Recommendations-Kampagne kombiniert werden, damit die reduzierten Produkte in der gesendeten E-Mail erscheinen.
Hohes Produktinteresse	Löst aus, wenn ein Besucher das gleiche Produkt in den letzten 30 Tagen mehrmals besucht hat, ohne es zu kaufen. Er zählt, an wie vielen einzelnen Tagen die Produktseite in den letzten 30 Tagen angesehen wurde. Die Dauer der einzelnen Aufrufe wird nicht berücksichtigt. Die Analyse läuft um 01:00 Uhr britischer Zeit. Kann mit einer Email-Recommendations-Kampagne kombiniert werden, damit die angezeigten Produkte in der gesendeten E-Mail erscheinen.
Nach Kauf	Löst nach einer bestimmten Anzahl von Tagen nach der Bestellung aus. Kann mit einer Email-Recommendations-Kampagne kombiniert werden, damit die gekauften Produkte in der gesendeten E-Mail erscheinen. Die Analyse läuft um 01:00 Uhr britischer Zeit.
Geringer Lagerbestand, verlassener Warenkorb	Löst aus, wenn ein Produkt, das der Besucher in den letzten 14 Tagen in den Warenkorb gelegt, aber nicht gekauft hat, nur noch einen geringen Lagerbestand hat. Der Warenkorb gilt nach 4 Stunden Inaktivität als verlassen. Die oberen und unteren Grenzwerte für die Verfügbarkeit müssen festgelegt werden. Die Analyse läuft, sobald der Produkt-Feed importiert wurde. Kann mit einer Email-

Tägliche Trigger	Beschreibung
	Recommendations-Kampagne kombiniert werden, damit die relevanten Produkte in der gesendeten E-Mail erscheinen.

In-Session-Trigger

In-Session-Trigger können während der individuellen Sitzung jedes Besuchers ausgelöst werden, sobald die Triggerkriterien erfüllt sind. Jeder In-Session-Trigger hat eine Wartezeit, die angibt, wie lange der Besucher inaktiv sein muss, bevor der Trigger ausgelöst werden kann.

In-Session-Trigger	Beschreibung
Verlassene Kasse	Löst aus, wenn ein Besucher die Kasse erreicht hat, aber den Kauf nicht abschließt.
Verlassener Warenkorb	Löst aus, wenn ein Besucher einen Artikel in den Warenkorb legt, diesen aber nicht kauft.
Verlassene Sitzung	Löst aus, wenn ein Besucher eine Produktseite auf der Webseite besucht, aber die Webseite verlässt, ohne etwas in den Warenkorb zu legen.
Zusätzliche Triggeraktionen	Löst aus, wenn ein Besucher eine bestimmte Seite mehrmals aufruft. Ein Besucher besucht beispielsweise einen bestimmten Bereich der Webseite und betrachtet mehr als 5 Seiten in einer Kategorie, kauft aber nichts. Verwenden Sie ihn einzeln oder in Kombination mit einem anderen In-Session-Trigger.

Triggered-Messages-Kampagne einrichten

Jede Triggered-Messages-Kampagne muss über eine zugehörige [E-Mail-Dienstleister-Verbindung](#) und eine [ESP-Aktion](#) (Mail senden, zur Gruppe hinzufügen, aus der Gruppe entfernen) verfügen. Richten Sie die ESP-Verbindung und die ESP-Aktion einmal ein und sie können für alle Ihre Triggered-Messages-Kampagnen genutzt werden. Darüber hinaus muss jeder Triggered-Messages-Kampagne eine zugehörige Email-Product-Recommendations-Kampagne zugeordnet sein, die eine geeignete Trigger-Strategie verwendet. Siehe [Getriggerte Email-Recommendations-Kampagne einrichten](#).

Neue Triggered-Messages-Kampagne erstellen

Rufen Sie **Triggers** in Ihrem for the Personalization Portal Konto auf. Um eine neue Triggered-Messages-Kampagne zu erstellen, klicken Sie auf den Reiter **Neue Kampagne** und füllen Sie das Formular wie folgt aus:

Campaigns **New campaign**

Configure your campaign [User Guide](#) [ESP actions](#) [ESP connections](#)

Campaign name: ESP action: Start date:

Locale: End date:

Contact frequency: On per day per week per month

Strategies Session Daily Scheduled time:

Daily triggers

- Targeted discounts (last 30 days)
- High product interest (last 30 days) Viewings:
- Post purchase Days since order:
- Low-in-stock abandoned-basket Stock upper threshold: Stock lower threshold:

Expressions

1. Geben Sie einen Namen für Ihre Triggered-Messages-Kampagne ein, z. B. *Verlassener Warenkorb*.
2. Wählen Sie eine **ESP-Aktion**, damit der Trigger die gewünschte Aktion ausführt, wenn er auslöst.
3. Geben Sie optional Start- und Enddatum der Kampagne an.
4. Wenn Sie in Episerver eine Webseite mit mehr als einer Sprache haben, wie z.B. eine Schweizer Webseite mit französischer und deutscher Sprache, können Sie das **Gebietsschema** so einstellen, dass die ausgelösten Nachrichten auf der Grundlage des Gebietsschemas ausgelöst und E-Mails in der richtigen Sprache gesendet werden.
5. Die **Kontakthäufigkeit** erscheint nur, wenn Sie die ESP-Aktion **SendMessage** auswählen. Setzen Sie die **Kontakthäufigkeit** auf **Ein**, wenn Sie die Anzahl der

Auslösevorgänge des Triggers für jeden Kunden dieser Triggered-Messages-Kampagne beschränken möchten.

Wenn Sie die **Kontakthäufigkeit** aktiviert haben, geben Sie an, wie oft der Trigger für jeden Benutzer pro Tag, pro Woche oder pro Monat maximal ausgelöst werden kann.

Im vorherigen Screenshot legt die neue Trigger-Kampagne Folgendes fest:

- Für jeden Besucher löst der Trigger nicht mehr als 5 Mal pro Tag und nicht mehr als 20 Mal pro Woche und nicht mehr als 50 Mal pro Monat aus (je nachdem, welche Grenze zuerst erreicht wird).
- Der Besucher muss vor 15 Tagen etwas gekauft haben.

Wenn diese beiden Kriterien erfüllt sind, wird der Trigger ausgelöst.

Hinweis: Die **Globale Kontakthäufigkeit** stoppt alle Trigger, wenn deren Grenze zuerst erreicht wird.

6. Wählen Sie unter **Strategien** die Art des Triggers, den diese Kampagne verwenden soll.

- Geben Sie für **In-Session-Trigger** an, wie lange (in Minuten) der Besucher auf Ihrer Webseite inaktiv sein muss, bevor der Trigger ausgelöst werden kann. Wählen Sie hierfür eine Wartezeit zwischen 0 und 240 Minuten aus.
- Sofern nicht anders angegeben, überwachen **Tägliche Trigger** die Daten der letzten 30 Tage. Sobald die Triggerkriterien erfüllt sind, wird der Trigger ausgelöst.
- Sie können **Zusätzliche Triggeraktionen** alleine oder in Kombination mit einem **In-Session-Trigger** verwenden.
 - Sie können festlegen, ob der Kunde einen bestimmten Seitentyp mehrmals besucht haben muss.
 - Sie können eine URL (oder ein Schlüsselwort aus einer URL) von Ihrer Webseite angeben, die der Kunde besucht haben muss.

Hinweis: Die Reihenfolge der zusätzlichen Triggeraktionen spielt keine Rolle.

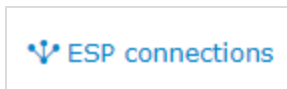
Hinweis: Um ein Kriterium hinzuzufügen, bei dem der Benutzer einen bestimmten Seitentyp oder eine bestimmte URL NICHT besucht haben darf, können Sie die Anzahl der Aufrufe als 0 (Null) eingeben.

7. Legen Sie optional einen oder mehrere **Ausdrücke** fest. Ausdrücke lassen Sie die Trigger-Kriterien weiter verfeinern, z. B., um nur bei bestimmten Produkten, Produktkategorien oder Marken auszulösen.
 - Ausdrücke gelten nur für Trigger-**Strategien** (In-Session-Trigger und Tägliche Trigger), nicht für **Zusätzliche Triggeraktionen**.
 - Ein Trigger wird nur bei Produkten ausgelöst, die mit den Filtern unter **Ausdrücke** übereinstimmen. Es gelten folgende Regeln:
 - Wenn keines der Produkte für den Trigger (z. B. ein In-Session-Trigger für Produkte eines verlassenen Warenkorbs) dem Ausdruck entspricht, wird kein Trigger ausgelöst.
 - Wenn nur einige Produkte für den Trigger (z. B. ein In-Session-Trigger für Produkte eines verlassenen Warenkorbs) dem Ausdruck entsprechen, wird der Trigger nur für die übereinstimmenden Produkte ausgelöst.
8. Klicken Sie auf **Kampagne speichern**, wenn Sie alle Angaben gemacht haben.
9. Der Ausgangszustand eines neu erstellten Triggers ist **AUS**. Um ihn zu aktivieren, öffnen Sie die **Kampagnen**-Übersichtsseite und klicken Sie auf die Play-Schaltfläche  neben dem Kampagnennamen.

ESP-Verbindung einrichten

Episerver muss sich mit der API des ESP verbinden, um den ESP benachrichtigen zu können, wenn Triggered Messages ausgelöst werden. Erst dann kann eine Aktion erfolgen.

1. Rufen Sie **Triggers** in Ihrem for the Personalization Portal Konto auf, um die Verbindung einzurichten.
2. Wählen Sie den Reiter **Neue Kampagne** aus und klicken Sie dann oben rechts auf **ESP-Verbindungen**.



3. Bearbeiten Sie eine bestehende Verbindung oder erstellen Sie eine neue. Zum Erstellen einer neuen Verbindung klicken Sie auf **ESP-Verbindung hinzufügen**. Nun erscheint der Bildschirm **ESP-Verbindungen** verwalten.

Campaigns New campaign

Configure your campaign [User Guide](#) [ESP actions](#) [ESP connections](#)

Manage your ESP connections [+ Add an ESP connection](#)

Connection name Name of ESP Status On

ESP username ESP password

ESP realm

[Test ESP connection](#)

[Save ESP connection](#) [Cancel](#)

4. So erstellen Sie eine Verbindung:
 - a. Geben Sie Ihre API-Anmeldeinformationen für Ihr ESP-Konto ein (z. B. Benutzername, Passwort, Datenbank, Bereich, API-Token).
 - b. Klicken Sie auf **ESP-Verbindung testen**, um die Verbindung zu testen.
 - c. Klicken Sie auf **ESP-Verbindung speichern**.

ESP-Aktion einrichten

1. Um die Aktion einzurichten, gehen Sie auf **Triggers** in Ihrem for the Personalization Portal Konto und öffnen Sie eine neue oder bestehende Kampagne.
2. Klicken Sie auf **ESP-Aktionen**. Sie können entweder eine bestehende ESP-Aktion bearbeiten oder eine neue erstellen. Vergewissern Sie sich, dass sie die Verbindung verwendet, die Sie benötigen, z. B. die, die Sie in [ESP-Verbindung einrichten](#) erstellt oder bearbeitet haben.

Campaigns New campaign

Configure your campaign [User Guide](#) [ESP actions](#) [ESP connections](#)

Manage your ESP actions [+ Add an ESP action](#)

ESP action name	ESP connection name	ESP action type	Edit - Delete
-----------------	---------------------	-----------------	---------------

3. Klicken Sie auf **ESP-Aktion hinzufügen**, um eine neue Aktion zu erstellen.

4. Wählen Sie Ihren bevorzugten **ESP-Aktionstyp** aus den verfügbaren Optionen und geben Sie die benötigten Details ein (z. B. **Gruppen-ID**, **Listen-ID**, **Nachrichten-ID**, **Datenbank**); die Werte finden Sie in Ihrem ESP-Portal.

Hinweis: Diese Felder sind dynamisch und unterscheiden sich je nach gewählter **ESP-Verbindung** und gewähltem **ESP-Aktionstyp**.

Folgende Aktionstypen stehen zur Verfügung:

Hinweis: Abhängig von den von Ihrer ESP-Plattform unterstützten Funktionen sind einige dieser Aktionen möglicherweise nicht für die von Ihnen gewählte Verbindung verfügbar.

- **Benutzer zur Zielgruppe hinzufügen** (Add user to target group). Ein ausgelöster Trigger teilt dem ESP mit, dass er die E-Mail-Adresse eines Benutzers zur E-Mail-Gruppe oder -Liste mit der angegebenen **Gruppen-ID** oder **Listen-ID** hinzufügen soll. Sind in der Liste Trigger auf ESP-Ebene vorhanden, können diese durch diesen Schritt aktiviert werden. Diese Aktion fügt nur die E-Mail-Adressen eines Benutzers zu einer Liste hinzu; sie sendet diesen Benutzern keine E-Mails.
- **Benutzer aus der Zielgruppe entfernen** (Remove user from target group). Entfernt die E-Mail-Adresse eines Benutzers aus der Gruppe oder Liste.
- **Nachricht an Benutzer senden** (Send message to user). Ein ausgelöster Trigger teilt dem ESP mit, dass er dem Benutzer die Nachricht mit der angegebenen **Nachrichten-ID** senden soll.

Warnung: Abhängig von Ihrem ESP kann es sein, dass

Nachricht senden nicht überprüft, ob der Benutzer dem Empfang von E-Mails zugestimmt hat, daher sollten Sie die Funktion mit Bedacht einsetzen.

5. Nachdem Sie Ihre ESP-Aktion erstellt haben, testen und speichern Sie sie.

Links zu einem bestimmten Warenkorb erstellen





Episerver kann Links aus einer E-Mail-Empfehlung zu einem bestimmten Warenkorb des Empfängers integrieren. Um diese Funktion zu aktivieren, wenden Sie sich an den Kundendienst.

Informationen für Entwickler finden Sie unter [Links zu einem bestimmten Warenkorb erstellen](#) auf Episerver World.

Triggered-Messages-Kampagnen verwalten

Rufen Sie **Triggers** in Ihrem for the Personalization Portal Konto auf und wählen Sie den Reiter **Kampagnen**.

Sie haben folgende Optionen:

- **Bearbeiten**. Klicken Sie auf **Bearbeiten**  oder auf den Namen einer Triggered-Messages-Kampagne, um die Konfigurationsseite für diese Kampagne für die Bearbeitung zu öffnen.
- **Status**. Klicken Sie auf **Aktivieren** , um eine Kampagne zu aktivieren, oder auf **Anhalten** , um eine Kampagne zu deaktivieren. Der Ausgangszustand neu erstellter Triggered Messages ist pausiert.
- **Löschen**. Klicken Sie auf **Löschen** , um eine Kampagne zu löschen. Ein Bestätigungsfeld erscheint.

Triggered-Messages-Kampagnen priorisieren

Sie können auf der **Kampagnen**-Seite Triggered-Messages-Kampagnen in der Reihenfolge sortieren, in der Sie ausgelöst werden sollen. Die Kampagne an oberster Stelle hat dann die höchste Priorität und die Kampagne an der untersten Stelle die niedrigste.

Eine Trigger-Priorisierung erfolgt immer dann, wenn zwei oder mehr Trigger-Kriterien gleichzeitig erfüllt sind. Es gelten folgende Regeln:


- Der Trigger, der gemäß der eingestellten Wartezeit (bei In-Session-Triggern) oder der eingestellten Tageszeit (bei Täglichen Triggern) am frühesten ausgelöst würde, hat oberste Priorität - auch wenn ein anderer Trigger in der Tabelle weiter oben steht.
- Würden mehrere Trigger zur gleichen Zeit ausgelöst, hat der Trigger Priorität, der in der Tabelle weiter oben steht.
















Diese Reihenfolge ist besonders wichtig, wenn Sie die Anzahl der Trigger, die für einen Kunden ausgelöst werden können, einschränken (indem Sie die Globale Kontakthäufigkeit festlegen).

Nachdem ein Trigger ausgelöst wurde, kann nur der Trigger einer Trigger-Kampagne mit höherer Priorisierung am selben Tag ausgelöst werden (wenn Sie die **Globale Kontaktfrequenz** nicht überschreitet). Wenn also in der Tabelle der Trigger-Kampagnen im for the Personalization Portal einer der Trigger ausgelöst wird, werden alle Trigger, die in

der Liste darunter liegen, an diesem Tag am Auslösen gehindert (Reset um 00:00 Uhr britische Zeit).

Hinweis: Tägliche Trigger werden einmal am Tag analysiert und der gleiche tägliche Trigger kann mehrmals ausgelöst werden. Jedoch ist pro Sitzung nur ein In-Session-Trigger erlaubt.

Um die Priorität Ihrer Trigger-Kampagnen neu zu ordnen, klicken Sie auf die Schaltfläche  links neben dem Namen einer Kampagne in der Spalte **Priorität** und ziehen Sie die Kampagne an die gewünschte Position in der Tabelle.

Priority	Campaign name	ESP action name	Time to wait	Monitoring period	Contact frequency	Edit - Status - Delete
1	Targeted discounts campaign	My add to group action	30 minutes	in session	1 per day 5 per week 8 per month	  
2	Abandoned checkout	Send message	30 minutes	in session	Off	  
3	Abandoned basket	My add to group action	45 minutes	in session	1 per day 3 per week 8 per month	  
4	Abandoned browse	Remove user	80 minutes	in session	2 per day 10 per week 35 per month	  
5	24 hour Cart Abandon	My add to group action	60 minutes	in session	1 per day 5 per week 50 per month	  

Beispiel für Trigger-Prioritäten

Ein Besucher hat innerhalb einer Sitzung die Kriterien von allen fünf Kampagnen im Bild unten erfüllt.

Es wird die Kampagne **Abandoned checkout** (Position 3) ausgelöst. Sie teilt sich zwar die kürzeste **Wartezeit** mit **Targeted discounts campaign** (Position 5), hat jedoch eine höhere Position in der Tabelle und damit eine höhere Priorität. **Abandoned Basket** steht zwar an oberster Position in der Tabelle, hat aber durch ihre Wartezeit von 45 Minuten eine niedrigere Priorität.

Campaigns
New campaign

Global contact frequency
On

2

per day

14

per week

42

per month

Create a new campaign

Priority	Campaign name	ESP action name	Time to wait	Monitoring period	Contact frequency	Edit - Status - Delete
1	Abandoned basket	My add to group action	45 minutes	in session	5 per day 5 per week 8 per month	✎ ▶ 🗑
2	Abandoned browse	Remove user	80 minutes	in session	2 per day 10 per week 35 per month	✎ ▶ 🗑
3	Abandoned checkout	Send message action	30 minutes	in session	Off	✎ ▶ 🗑
4	24 hour Cart Abandon	My add to group action	60 minutes	in session	1 per day 5 per week 50 per month	✎ ▶ 🗑
5	Targeted discounts campaign	My add to group action	30 minutes	in session	1 per day 5 per week 8 per month	✎ ▶ 🗑

Nachdem der Trigger **Abandoned checkout** ausgelöst wurde, kann für diese Sitzung kein weiterer In-Session-Trigger ausgelöst werden, da nur ein In-Session-Trigger pro Sitzung erlaubt ist.

Startet der Besucher eine neue Sitzung, kommen nur noch **Abandoned basket** (Position 1) oder **Abandoned browse** (Position 2) infrage, da jetzt nur noch Trigger-Kampagnen mit einer höheren Position als **Abandoned checkout** berücksichtigt werden. Treffen die Kriterien für beide Kampagnen zu, gewinnt **Abandoned basket** gegen **Abandoned browse**, da **Abandoned basket** sowohl eine kürzere **Wartezeit** als auch eine höhere Position in der Tabelle hat.

Startet der Besucher eine dritte Sitzung, kann kein weiterer In-Session-Trigger ausgelöst werden, da der Trigger mit der höchsten Position in der Tabelle bereits ausgelöst wurde und die tägliche **Globale Kontaktfrequenz** in diesem Beispiel auf 2 limitiert ist.

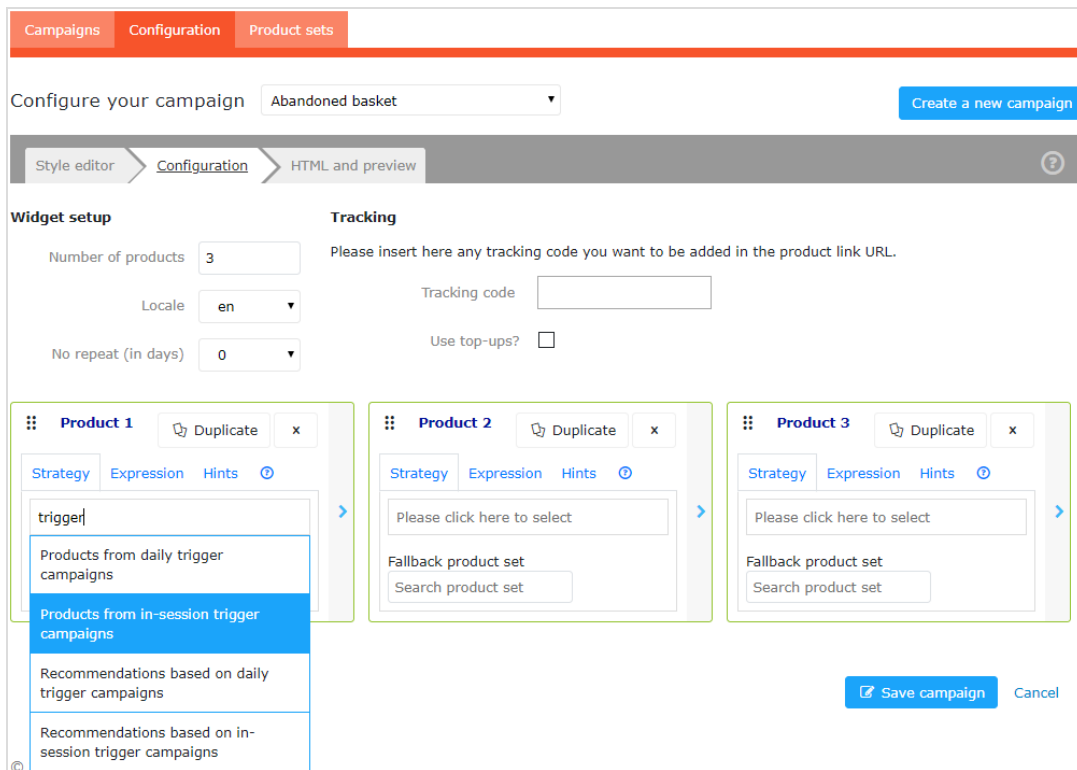
Getriggerte Email-Product-Recommendations-Kampagne einrichten

Sie können eine Email-Product-Recommendations-Kampagne erstellen, um verlassene oder personalisierte Produktempfehlungen in der E-Mail-Vorlage zurückzugeben, die an Benutzer gesendet wird, für die ein Trigger ausgelöst wurde. Für Informationen zum Erstellen einer Email-Recommendations-Kampagne siehe Email Product Recommendations.

Wählen Sie im Episerver for the Personalization Portal den Reiter **Mail > Neue Kampagne** und folgen Sie den Schritten.

1. **Stil-Editor.** Erstellen Sie das Styling für das Produktinformationsbild der abgeborenen oder empfohlenen Produkte, das in der E-Mail angezeigt wird.
2. **Konfiguration.** Wählen Sie aus, wie viele Produkte in der E-Mail-Kampagne angezeigt werden sollen, legen Sie die Lokalisierungseinstellungen fest, fügen Sie den Tracking-Code eines Drittanbieters hinzu und konfigurieren Sie die Empfehlungsstrategien. Folgende triggerspezifische Email-Recommendations-Strategien stehen Ihnen zur Verfügung:
 - **Produkte aus täglichen Trigger-Kampagnen.** Gibt die Produkte aus Ihrer täglichen Trigger-Kampagne zurück, wie z. B. Gezielte Rabatte, Hohes Produktinteresse, Nachkauf, Niedriger Lagerbestand, Verlassener Warenkorb.
 - **Produkte aus In-Session-Trigger-Kampagnen.** Gibt die verlassenen Produkte aus Ihrer In-Session-Trigger-Kampagne zurück, wie z. B. Verlassener Warenkorb, Verlassene Suche, Verlassene Kasse.
 - **Empfehlungen auf Basis von täglichen Trigger-Kampagnen.** Gibt verwandte Produkte basierend auf dem genutzten Trigger zurück, wie Zielgerichtete Rabatte, Hohes Produktinteresse, Nachkauf oder Aufgegebener Warenkorb mit niedrigem Lagerbestand.
 - **Empfehlungen auf der Basis von In-Session-Trigger-Kampagnen.** Gibt verwandte Produkte basierend auf dem in der Session verwendeten Trigger zurück, wie Verlassener Warenkorb, Verlassene Suche oder Verlassene Kasse für die aktuelle Ses-

sion.



3. **HTML und Vorschau.** Generieren Sie den Code, den Sie später kopieren und in Ihre E-Mail-Vorlage einfügen können, und sehen Sie sich die Ausgabe Ihrer Email-Recommendations-Kampagne an. Wählen Sie in der Drop-down-Liste **E-Mail-Dienstleister** den gewünschten ESP aus, damit die richtigen Platzhalter automatisch in die Variablenfelder eingetragen werden. Klicken Sie auf **Code generieren**. Sie müssen den generierten HTML-Code in die E-Mail-Vorlage Ihres ESP-Kontos einfügen.

Style editor > Configuration > HTML and preview

Generate HTML code

Email service provider: **Episerver Campaign**

Variables

Email address:

Trigger fire ID:




```

src="https://abcde.episerver.net/tracker/er/productinfo.page?e=
{recipientid}&site=episerverdemo&wid=78301&rno=1&triggerFireId={externaltriggerid}" alt="Just for you" title="Just
for you"/></a>
<!-- RECOMMENDATION #3 -->
<!-- Recommendation link and image for recommendation #3 -->
<a href="https://abcde.episerver.net/tracker/er/link.page?e=
{recipientid}&site=episerverdemo&wid=78301&rno=2&triggerFireId={externaltriggerid}"></a>

<!-- Product information link and image for recommendation #3 -->
<a href="https://abcde.episerver.net/tracker/er/link.page?e=
{recipientid}&site=episerverdemo&wid=78301&rno=2&triggerFireId={externaltriggerid}"></a>
    
```

Preview or send a test email

Hello,
This is an example of what the Episerver recommendations widget will look like in an email.

 <p>Valencia Bed Linen Collection £ 15.00</p>	 <p>Savoy Bed Linen Collection £ 25.00</p>	 <p>Wired Gold Ribbon – 5m £ 6.00</p>
---	--	---

[Detailed information](#)

Triggered-Messages-Berichte in Episerver

Im Bereich **Berichte** im for the Personalization Portal zeigt ein Trigger-Dashboard die Erlöse, Bestellungen, Klicks und Klickraten für Ihre Triggered-Messages-Kampagnen an.

The dashboard displays performance metrics for triggered messages campaigns. It includes a header with 'Dashboard' and 'Daily' tabs, a currency selector set to 'GBP', and a campaign selector set to 'All selected'. An 'Update' button is located in the top right corner.

Yesterday			
Revenue	Orders	Clicks	CTR
£454.89	8	77	22.19 %

Last 7 days			
Revenue	Orders	Clicks	CTR
£2,640.43	38	311	15.04 %

Last 30 days			
Revenue	Orders	Clicks	CTR
£7,360.04	92	824	12.89 %

Außerdem gibt es einen täglichen Bericht, der zeigt, wie viele Webseiten-Sitzungen einen Trigger ausgelöst haben, wie viele ausgelöste E-Mails angesehen wurden und wie viele Produkte über einen von Episerver generierten Link von diesen E-Mails gekauft wurden. Dies wird für jeden Trigger gemeldet und in ein tägliches Reporting zerlegt.

Dashboard **Daily**

Time range: [Week](#) **[Month](#)** [3 Months](#) 05-09-2017 - 05-10-2017 Currency: [GBP](#)

Name	Date	Fired	Impressions	Clicks	Orders	Revenue
Total:		11351	6,460	836	92	£7,244.99
Abandoned basket	-	2397	1,286	180	25	£1,793.45
Abandoned browse	-	7277	4,126	508	31	£2,303.96
Abandoned checkout	-	1677	1,048	148	36	£3,147.58
Total:		11351	6,460	836	92	£7,244.99

Triggered Messages mit Episerver Campaign verwenden

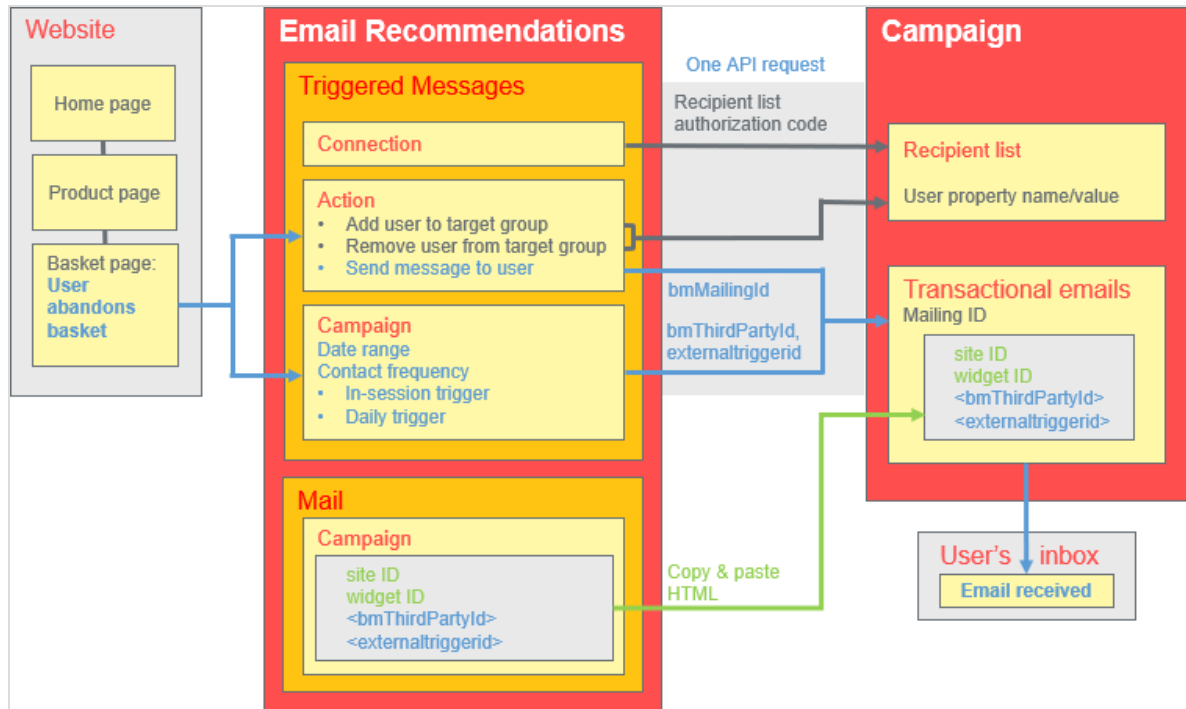
Dieses Kapitel beschreibt, wie Sie Triggered Messages mit Episerver Campaign verwenden.

Hinweis: Um Triggered Messages mit Episerver Campaign zu verwenden, muss Ihr Systemadministrator oder Entwickler zuerst das Tracking konfigurieren, wie es in der [technischen Dokumentation auf Episerver World](#) beschrieben ist. Wenn das Tracking konfiguriert ist, können Sie Triggered Messages einrichten wie nachfolgend beschrieben.

E-Mails mit Trigger senden

Sie müssen eine Mailing-Kampagne in Episerver Campaign und Kampagnen in Triggered Messages und Email Product Recommendations anlegen. In Triggered Messages müssen Sie außerdem eine Verbindung zu Ihrer Empfängerliste in Episerver Campaign herstellen und die entsprechende Aktion festlegen.

Das folgende Bild zeigt den Ablauf durch Triggered Messages und Episerver Campaign, wenn Benutzer ihren Warenkorb verlassen und dadurch einen E-Mail-Versand an sich auslösen.



Um die Integration von Triggered-Messages mit Campaign einzurichten, gehen Sie wie folgt vor.

- In **Episerver for the Personalization Portal > Triggered Messages** richten Sie Folgendes ein:
 - Eine **ESP-Verbindung**, um sich mit der Episerver Campaign HTTP-API zu verbinden. Geben Sie den **Autorisierungscode der Empfängerliste** ein. Dabei handelt es sich um einen Token, der den Zugriff auf eine bestimmte Empfängerliste ermöglicht. Siehe [Autorisierungscode der Empfängerliste abrufen](#) und [ESP-Verbindung einrichten](#).
 - Eine **ESP-Aktion** mit einer der folgenden Aktionen:
 - **Nachricht an Benutzer senden** (Send message to user). Geben Sie die **Mailing-ID** der E-Mail-Vorlage in Episerver Campaign an. Im Diagramm oben wird diese Aktion ausgeführt. Siehe ["Nachricht an Benutzer senden"-Aktion erstellen](#) und [ESP-Aktion einrichten](#).
 - **Benutzer zur Zielgruppe hinzufügen** (Add user to target group). Geben Sie einen **Benutzereigenschaftennamen** und einen **Benutzereigenschaftswert** an. Weitere Informationen finden Sie unter [„Benutzer zur Zielgruppe hinzufügen“-Aktion erstellen](#).

- **Benutzer aus Zielgruppe entfernen** (Remove user from target group). Geben Sie einen **Benutzereigenschaftsnamen** an. Siehe „[Benutzer aus der Zielgruppe entfernen](#)“-Aktion erstellen.
- Eine [Triggered-Messages-Kampagne](#) mit einer bestimmten Strategie, wie z. B. *Verlassener Warenkorb*.
- In **Episerver Campaign** benötigen sie Folgendes:
 - Eine **Empfängerliste**.

Hinweis: Triggered Messages kann aus rechtlichen Gründen E-Mails nur an Nutzer versenden, die bereits in der Empfängerliste vorhanden sind.

Um neue Nutzer zur Empfängerliste hinzufügen und sie so für Triggered Messages verfügbar machen, können Sie eine Campaign API verwenden. Weitere Informationen zu den Campaign-APIs finden Sie unter [Episerver Campaign's APIs and libraries](#).

Beachten Sie hierbei die [rechtlichen Vorgaben](#) hinsichtlich des Werbeeinverständnisses der Empfänger.

- Eine **Transaktions-Mail-Kampagne**.
- Richten Sie in Episerver Campaign eine zugehörige Transaktions-Mail-Kampagne ein, indem Sie den [erzeugten HTML-Code](#) aus Email Product Recommendations kopieren und in die E-Mail-Vorlage (mit dieser **Mailing-ID**) in Episerver Campaign einfügen. Der HTML-Code enthält Platzhalter, die der ESP (d. h. Episerver Campaign) durch die tatsächlichen Werte für jede gesendete E-Mail ersetzt.

Wenn ein Episerver Trigger über die Episerver Campaign HTTP-API ausgelöst wird, sendet Triggered Messages Episerver Campaign folgendes für die Aktion **Nachricht senden**:

- **Autorisierungscode der Empfängerliste.** Der Autorisierungscode der Empfängerliste stellt eine Verbindung zwischen Episerver Campaign und dem Personalization Portal her und fügt die **triggerFireId** zu dem Eintrag eines Benutzers in der Empfängerliste hinzu.
- **Mailing-ID.** Für **Nachricht senden** ersetzt Episerver Campaign für diese **Mailing-ID** die Platzhalter im HTML-Code der Email-Recommendations-Vorlage durch die in der API-Anfrage gesendeten Werte.
- **triggerFireId.** Wird durch die ID der Triggered-Messages-Kampagne ersetzt, die in der API-Anfrage mitgeschickt wurde.

- Eine der folgenden Möglichkeiten:
 - **recipientid**. Wird durch die E-Mail-Adresse des Benutzers ersetzt, die in der API-Anfrage mitgeschickt wurde.
 - **bmThirdPartyId**. Wird durch die E-Mail-Adresse des Benutzers ersetzt, die aus dessen pseudonymisierter Benutzer-ID abgeleitet wird.

Autorisierungscode der Empfängerliste abrufen

So rufen Sie den Autorisierungscode der Empfängerliste ab:

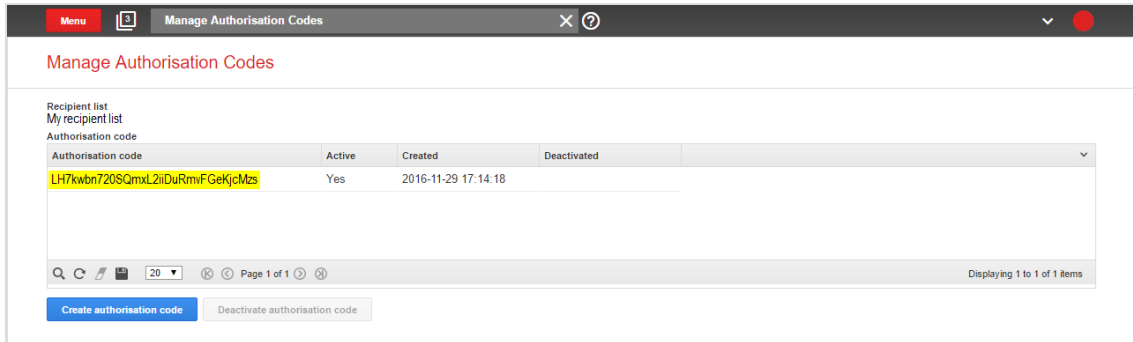
1. Wählen Sie im Startmenü unter **Verwaltung > API-Übersicht**.
2. Wählen Sie **Empfängerlisten**, um die Tabelle anzuzeigen.
3. Wählen Sie Ihre Empfängerliste aus der Tabelle aus.
4. Klicken Sie auf **Autorisierungscodes verwalten**.

The screenshot shows the 'API Overview' page in the Episerver Campaign interface. The 'Recipient lists' tab is active, displaying a table with the following data:

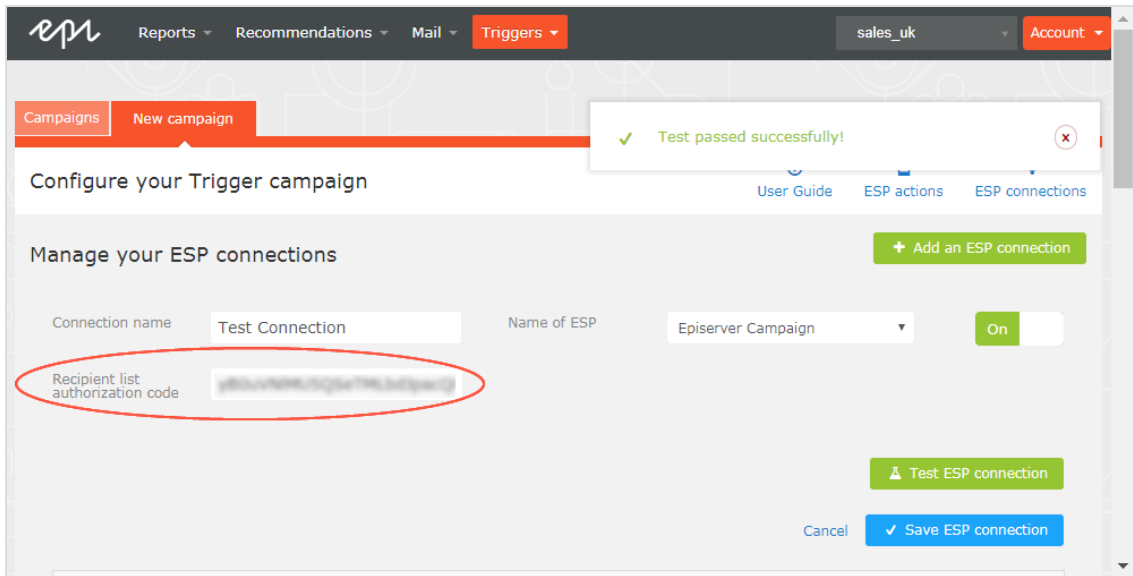
ID	Name	Description	Recipients	Media type	Te
1234567890123	My List		10	Email	No
234567890123	Print		0	Print	No
345678901234	SMS		0	SMS	No
456789012345	Fax		0	Fax	No
567890123456	My transaction list		15	Email	No
678901234567	My recipient list		8	Email	No

At the bottom of the interface, there is a yellow button labeled 'Manage authorisation codes'.

5. Kopieren Sie den Autorisierungscode aus dem Fenster **Autorisierungscode** **verwalten**.



6. Fügen Sie den Autorisierungscode in das Personalization Portal auf der Seite **Trigger > Neue Kampagne > ESP-Verbindungen** ein.



7. Geben Sie den Verbindungsnamen ein.
8. Wählen Sie **Episerver Campaign** als Name Ihres ESP.
9. Klicken Sie auf **ESP-Verbindung testen**.
10. Wenn die Verbindung erfolgreich hergestellt wurde, klicken Sie auf **ESP-Verbindung speichern**.

Link zu einem bestimmten Warenkorb erstellen

Episerver kann Links aus Email Recommendations zu einem bestimmten Warenkorb des Empfängers integrieren. Um diese Funktion zu aktivieren, wenden Sie sich an die Kundenbetreuung.

Informationen für Entwickler finden Sie unter [Link to a specific basket](#) auf Episerver World.

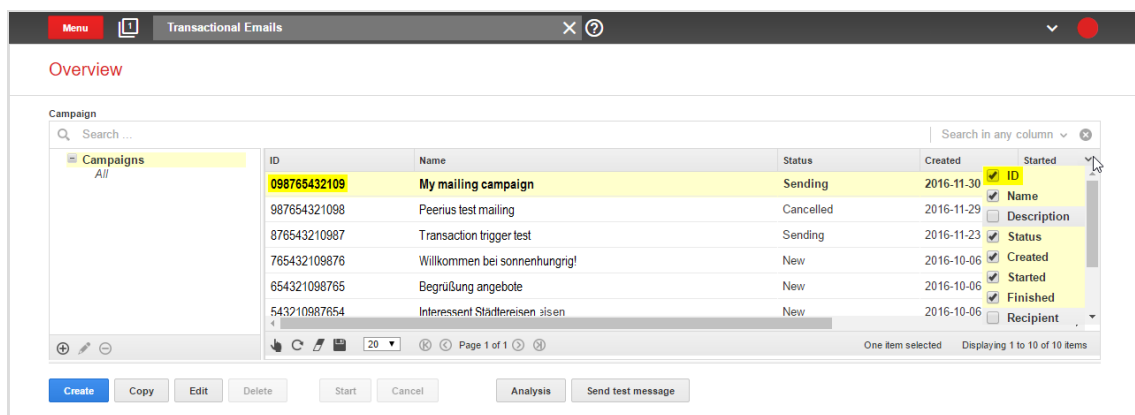
ESP-Aktion erstellen

Siehe auch [ESP-Aktion einrichten](#).

"Nachricht an Benutzer senden"-Aktion erstellen

Um Nachrichten mit Triggered Messages direkt an Benutzer zu senden, müssen Sie die **Mailing-ID** der Episerver Campaign-Kampagne auf der Triggered Messages-ESP-Aktionen-Seite angeben. Um die **Mailing-ID** abzurufen, führen Sie die folgenden Schritte aus:

1. Wählen Sie im Startmenü unter **Kampagnen > Transaktions-Mails**.
2. Kopieren Sie die **Mailing-ID** für Ihre Kampagne aus der Spalte ID.



The screenshot shows the 'Transactional Emails' interface with an 'Overview' section. A table lists several campaigns. The first row, 'My mailing campaign', is highlighted in yellow and has its ID '0987654321098' visible in the 'ID' column. The table has columns for ID, Name, Status, Created, and Started. Below the table are buttons for 'Create', 'Copy', 'Edit', 'Delete', 'Start', 'Cancel', 'Analysis', and 'Send test message'.

ID	Name	Status	Created	Started
0987654321098	My mailing campaign	Sending	2016-11-30	
987654321098	Peerius test mailing	Cancelled	2016-11-29	
876543210987	Transaction trigger test	Sending	2016-11-23	
765432109876	Willkommen bei sonnenhungrig!	New	2016-10-06	
654321098765	Begrüßung angebote	New	2016-10-06	
543210987654	Interessent Städtereisen isen	New	2016-10-06	

3. Öffnen Sie im for the Personalization Portal > **Trigger** > **Neue Kampagne** > **ESP-Aktionen** und fügen Sie die **Mailing-ID** ein.

The screenshot shows the 'Configure your campaign' page. Under 'Manage your ESP actions', the configuration is as follows:

- ESP action name: My send message action
- ESP connection: Test Connection
- ESP action type: Send message to user
- Mailing ID: 123456789000
- Test email: you@domain.com

Buttons: + Add an ESP action, Test ESP action, Save ESP action, Cancel.

- a. **ESP-Aktionsname.** Geben Sie den Aktionsnamen ein.
 - b. **ESP-Verbindung.** Wählen Sie die Verbindung aus, die Sie zuvor erstellt haben.
 - c. **ESP-Aktionstyp.** Wählen Sie **Nachricht senden** aus.
 - d. **Nachrichten-ID.** Geben Sie die Mailing-ID der Kampagne ein.
 - e. **ESP-Aktion testen.** Geben Sie die E-Mail-Adresse des E-Mail-Empfängers ein und klicken Sie auf **ESP-Aktion testen**.
4. Wenn der Test erfolgreich ist, klicken Sie auf **ESP-Aktion speichern**.

"Benutzer zur Zielgruppe hinzufügen"-Aktion erstellen

1. Öffnen Sie im for the Personalization Portal > **Trigger** > **Neue Kampagne** > **ESP-Aktionen**.

The screenshot shows the 'Configure your campaign' page. Under 'Manage your ESP actions', the configuration is as follows:

- ESP action name: My add user to target group action
- ESP connection: Test Connection
- ESP action type: Add user to target group
- User property name: language
- User property value: en
- Test email: you@domain.com

Buttons: + Add an ESP action, Test ESP action, Save ESP action, Cancel.

- a. **ESP-Aktionsname.** Geben Sie den Aktionsnamen ein.
 - b. **ESP-Aktionstyp.** Wählen Sie **Add user to target group** (Benutzer zur Zielgruppe hinzufügen).
 - c. **ESP-Verbindung.** Wählen Sie die Verbindung aus, die Sie zuvor erstellt haben.
 - d. **User property name** (Name der Benutzereigenschaft). Der Name der Benutzereigenschaft in Ihrer Empfängerliste, die Triggered Messages aktualisieren soll. Der von Ihnen angegebene Name muss genau mit dem internen Namen des Feldes in Ihrer Empfängerliste übereinstimmen.
 - e. **User property value** (Wert der Benutzereigenschaft). Der Wert der Benutzereigenschaft, die Sie im vorangegangenen Schritt angegeben haben. Geben Sie in diesem Beispiel den Sprachcode (z. B. en, de, sv) des Benutzers ein. Der Sprachcode konfiguriert E-Mail-Kampagnen, welche die Produkte in die E-Mail mit der korrekten Währung für jede Sprache einspeisen, und sorgt dafür, dass die Titel in der korrekten Sprache angezeigt werden und die Preise in der richtigen Währung ausgewiesen werden. Für mehrdeutige Sprachcodes wie Englisch (das je nach Land mit unterschiedlichen Währungen verknüpft ist, z. B. USA und Großbritannien), führt Episerver Campaign eine zusätzliche Überprüfung der Benutzerinformationen durch, um die richtige Währung zu verwenden.
 - f. **ESP-Aktion testen.** Geben Sie die E-Mail-Adresse des Benutzers ein und klicken Sie auf **ESP-Aktion testen**.
2. Wenn der Test erfolgreich ist, klicken Sie auf **ESP-Aktion speichern**.

"Benutzer aus Zielgruppe entfernen"-Aktion erstellen

1. Öffnen Sie im for the Personalization Portal > **Trigger** > **Neue Kampagne** > **ESP-Aktionen**.

The screenshot shows the 'Configure your campaign' interface. At the top, there are tabs for 'Campaigns' and 'New campaign'. Below this, there are links for 'User Guide', 'ESP actions', and 'ESP connections'. The main section is titled 'Manage your ESP actions' and includes a '+ Add an ESP action' button. The configuration fields are as follows:

- ESP action name:** My remove user to target group action
- ESP connection:** Test Connection (dropdown menu)
- ESP action type:**
 - Add user to target group
 - Remove user from target group
 - Send message to user
- User property name:** language
- User email:** you@domain.com

At the bottom right, there are buttons for 'Test ESP action', 'Save ESP action', and 'Cancel'.

- a. **ESP-Aktionsname**. Geben Sie den Aktionsnamen ein.
 - b. **ESP-Aktionstyp**. Wählen Sie **Remove User from target group** (Benutzer aus der Zielgruppe entfernen).
 - c. **ESP-Verbindung**. Wählen Sie die Verbindung aus, die Sie zuvor erstellt haben.
 - d. **User property name** (Name der Benutzereigenschaft). Der Name der Benutzereigenschaft in Ihrer Empfängerliste, die Triggered Messages aktualisieren soll. Der von Ihnen angegebene Name muss genau mit dem *internen Namen* des Feldes in Ihrer Empfängerliste (*Sprache* in diesem Beispiel) übereinstimmen.
 - e. **ESP-Aktion testen**. Geben Sie die E-Mail-Adresse des Benutzers ein und klicken Sie auf **ESP-Aktion testen**.
2. Wenn der Test erfolgreich ist, klicken Sie auf **ESP-Aktion speichern**.

E-Mail-Kampagne in Episerver einrichten

Nachfolgend wird gezeigt, wie Sie HTML-Code generieren, um ihn von Episerver Email Product Recommendations in ein Mailing in Episerver Campaign zu kopieren.

1. Öffnen Sie im for the Personalization Portal > **Mail** > **Kampagnen**.
2. Wählen Sie Ihre Email-Recommendations-Kampagne aus.
3. Wählen Sie im Reiter **Konfiguration** eine Trigger-Strategie aus.
4. Öffnen Sie den Reiter **HTML und Vorschau**.
5. Wählen Sie **Episerver Campaign** als **E-Mail-Dienstanbieter** aus.
6. Klicken Sie auf **Code generieren**.

7. Kopieren Sie den im Fenster angezeigten HTML-Code.

Style editor Configuration **HTML and preview**

Generate HTML code

Email service provider: Episerver Campaign

Variables

Email address: {recipientid} Trigger fire ID: {externaltriggerid}

```
<!-- RECOMMENDATION #1 -->
<!-- recommendation link and image for recommendation #1 -->
<a href="https://abcde.episerver.net/link.page?e={recipientid}&site=clientsite&wid=a1b2c3d4&rno=0&triggerFireId={externaltriggerid}"></a>


<!-- product information link and image for recommendation #1 -->
<a href="https://abcde.episerver.net/link.page?e={recipientid}&site=clientsite&wid=a1b2c3d4&rno=0&triggerFireId={externaltriggerid}"></a>

<!-- RECOMMENDATION #2 -->
<!-- recommendation link and image for recommendation #2 -->
<a href="https://abcde.episerver.net/link.page?e={recipientid}&site=clientsite&wid=a1b2c3d4&rno=1&triggerFireId={externaltriggerid}"></a>

<!-- product information link and image for recommendation #2 -->
<a href="https://abcde.episerver.net/link.page?e={recipientid}&site=clientsite&wid=a1b2c3d4&rno=1&triggerFireId={externaltriggerid}"></a>
```

8. Öffnen Sie Episerver Campaign.

Hinweis: Um ein neues Mailing in Episerver Campaign zu erstellen, rufen Sie **Kampagnen > Transaktions-Mails** auf und folgen Sie der Anleitung unter [Transaktions-Mails](#) im Campaign-Benutzerhandbuch.

9. Wählen Sie im Startmenü unter **Kampagnen > Transaktions-Mails**.
10. Wählen Sie Ihre E-Mail-Kampagne aus.
11. Klicken Sie auf **Bearbeiten**.
12. Klicken Sie im Fenster **Transaktions-Mailing bearbeiten** auf den E-Mail-Knoten und dann auf **Bearbeiten** .
13. Klicken Sie auf **Inhalt bearbeiten**.
14. Suchen Sie im Editor den **Quelltext**-Paragraph, in den Sie die Episerver Empfehlungen einfügen möchten oder fügen Sie einen neuen Paragraphen hinzu. Im Bild unten wurde ein gesonderter **Text/Bild-Absatz** für die Überschrift *Recommendation Paragraph* hinzugefügt.
15. Klicken Sie auf den Reiter **HTML**.

16. Fügen Sie in das **Quelltext**-Feld den HTML-Code ein (kopiert in Schritt 6):

Hinweis: Sie können den HTML-Code ändern, um die Standardbildgröße festzulegen, die für leere Bilder ohne Produkte verwendet wird. Wenn Sie den HTML-Code nicht ändern, ist der Standardwert für leere Bilder ohne Produkte 1 Pixel für Breite und Höhe. Zum Beispiel:

```
<a href="https://abcde.episerver.net/link.page?
e={bmThirdParty}&site=clientsite&wid=12345&rno="0">
</a>
<a href="https://abcde.episerver.net/link.page?
e={bmThirdParty}&site=clientsite&wid=12345&rno="0">
</a>
```

The screenshot shows the Episerver Triggered Messages editor interface. The main window is titled "Edit content: My mailing campaign". The interface is divided into several sections:

- Sender, subject, attachments:** Fields for "Sender", "Reply to", and "Subject" (My mailing campaign).
- Attachments:** A section for adding attachments, currently empty.
- Recommendation Paragraph:** A section containing a "Source code" field, which is highlighted in yellow. The source code is the HTML code provided in the previous block.
- Recommendations:** A section for adding recommendations, currently empty.
- Source code field:** A large text area containing the HTML code for the recommendation paragraph, highlighted in yellow.

At the bottom right of the editor, there are "Apply" and "Close" buttons.

17. Klicken Sie auf **Übernehmen**.

Episerver Digital Experience Cloud

Die Episerver Digital Experience Cloud™ vereint digitale Inhalte, Commerce und Marketing in einer Plattform, einschließlich Omnichannel-Lösungen für intelligente Kampagnen. Die Plattform nutzt künstliche Intelligenz und Verhaltensanalyse, um überall personalisierte Erfahrungen zu liefern. Mit unserer sicheren, zuverlässigen Plattform können Sie Engagement, Erlös und Produktivität in kürzester Zeit steigern und gleichzeitig die schnellstmögliche Time-to-Value erzielen.

Über Episerver

Wir bei Episerver sind davon überzeugt, dass die digitale Transformation eine Reise ist. Schon seit über 20 Jahren unterstützen wir unsere Kunden bei der Realisierung herausragender digitaler Erlebnisse. Mittlerweile umfasst unser Netzwerk 880 Partner in 30 Ländern und unterstützt 8.000 Kunden mit 30.000 Webseiten. Episerver wurde 1994 gegründet und unterhält Niederlassungen in den USA, Großbritannien, Schweden, Australien, Deutschland, Dänemark, Finnland, Norwegen, Polen, den Niederlanden, Spanien, Südafrika, Singapur, Vietnam und den VAE.

Weitere Informationen finden Sie unter [episerver.de](https://www.episerver.de).



www.episerver.com