



Wrocław, 17.12.2019 r.

CUX.io wyróżniony przez TechCrunch otrzymał 1 mln zł od funduszu Czyssta3.vc

CUX.io – startup specjalizujący się w wykorzystaniu machine learningu do analizy predyktywnej w sieci otrzymał 1 mln zł od funduszu Czyssta3.VC. W advisory board Karol Sadaj – Revolut oraz Tomasz Karwatka – Divante. Wśród klientów T-Mobile.



Analityka produktowa ma się świetnie, gdyby nie fakt, że trudno dzięki niej znaleźć konkretne rozwiązania gotowe do implementacji. Z Google Analytics korzystają niemal wszyscy, ale każdy prędzej czy później zastanawia się: dlaczego? Skąd takie wyniki? cux.io to narzędzie analityczne, które powstało po to, żeby pokazać możliwie najszerzy kontekst zachowań użytkowników korzystających ze stron czy aplikacji.

Narzędzie to, w kontrze do innych rozwiązań analitycznych, pokazuje całe wizyty użytkowników, a nie tylko pojedyncze sesje. Dzięki takiemu podejściu klienci

CUXa są w stanie bardzo precyzyjnie wyrysować ścieżki użytkowników i z ich zachowań wyczytać, jakie rozwiązania najlepiej wpłyną na zadowolenie z użytkowania strony czy poprawę konwersji.

Zauważyliśmy, że oprócz zachowań, jesteśmy w stanie wskazywać również miejsca negatywnych doświadczeń klientów - mówi Kamil Walkowiak, CTO, odpowiedzialny za R&D produktu. Na ich podstawie budujemy Experience Metrics. Dążymy do tego, aby nasza aplikacja uczyła się i sugerowała optymalne ścieżki dla wybranych produktów. Chcemy, aby przewidywała, jakie zachowania klientów wpłyną na wzrost sprzedaży, a które ten proces zahamują.

Dla wybranych klientów ruszyły beta testy, a w przyszłym roku już wszyscy klienci cux.io skorzystają z efektów badań nad Experience Metrics.

Nawet największe marki, które na co dzień wykorzystują analitycznie BIG DATA, potrzebują zrozumieć, kto tak naprawdę siedzi po drugiej stronie ekranu. Patrząc jedynie na statystyki i metryki, nie da się zrozumieć logiki zachowań, które za nimi stoją. Z kolei prawdziwych doświadczeń nie zbadamy podczas testów użyteczności, bo korzystanie z internetu jest tak powszechne, a zachowania instynktowne, że prawdziwe insighty są możliwe do odkrycia dzięki obserwacji rzeczywistych sytuacji. Użytkownicy bowiem nie działają według sztywno określonych schematów, zawsze znajdują własny, najwygodniejszy dla nich, sposób. Zrozumienie tego jest kluczowe dla budowania istotnej przewagi rynkowej.

Założyciele CUXa dotychczas wielokrotnie podkreślali, że im szybciej firmy zdadzą sobie sprawę, że naszą prawdziwą konkurencją są problemy ich klientów, a nie oferty innych firm, tym szybciej mogą zacząć budować naprawdę silną przewagę rynkową opartą o realne potrzeby ich odbiorców.

Dla SaaS nie ma granic

Biuro spółki mieści się we Wrocławiu, jednak projekt przewiduje szybką ekspansję na kolejne kraje.

cux.io pracuje nad rozwiązaniem, z którego skorzystać będzie mógł, a nawet powinien, każdy liczący się gracz w sektorze produktów cyfrowych. Rynek cały czas rośnie, a brakuje jakościowo dobrych rozwiązań analitycznych. Dostrzegliśmy potencjał międzynarodowy projektu, czego żywym dowodem są działania z klientami w kilkudziesięciu krajach — stwierdza Szymon Janiak, Managing Director w Czysła3.vc.

Poza Wrocławiem spółka zaczęła realizować działania również w Berlinie. Dzięki temu zespół ma możliwość na bieżąco konfrontować się z europejskim rynkiem oraz obserwować bardzo rozwiniętą berlińską scenę startupową.

W moim odczuciu dla aplikacji SaaS obecnie nie ma granic – mówi Paulina Walkowiak. Na ten moment wspieramy klientów w 44 krajach, a to dopiero początek.

Z naszego rozwiązania korzystają największe e-commerce w Polsce, jak np. T-Mobile. Współpracują z nami również agencje marketingowe z całego świata, które dzięki naszemu narzędziu są w stanie przygotowywać i monitorować kampanie dla swoich klientów dosłownie w czasie rzeczywistym. My sami rozwijamy swój produkt w oparciu o dane z narzędzia.

cux.io to przede wszystkim ludzie

Zespół CUX starannie dobiera swoich doradców, nieustannie korzystając z doświadczeń i fachowych rad starszych kolegów. Obecnie w skład Advisory Board CUXa wchodzi Tomasz Karwatka, który z powodzeniem podbija świat, stojąc na czele Divante oraz Karol Sadaj odpowiedzialny za wzrost Revoluta na rynku polskim.

Bardzo cenimy sobie zaufanie, jakim obdarzyli nasz produkt zarówno Tomek, jak i Karol. Tomek jest fantastycznym mentorem wspierającym nas przede wszystkim od strony prowadzenia biznesu i współpracy z klientami klasy enterprise. Od Karola uczymy się jak promować swój biznes na międzynarodowym rynku - opowiada Paulina Walkowiak.

O firmie

Dotychczas w aplikacji CUX.io zarejestrowano ponad 1000 projektów, a klienci to 200 organizacji w 44 krajach. Firma działa głównie we Wrocławiu i w Berlinie. Cux.io zdobył 3. miejsce podczas Women Startup Competition 2017 Berlin, a ostatnio został wybrany jako jeden z 50 wyróżnionych startupów przez TechCrunch i był promowany jako Top Pick podczas TC Disrupt Berlin 2019. CEO cux.io prowadzi warsztaty Data-driven Design, w ramach których szkoliła już m.in. pracowników PayU, Adobe, Santander czy ING.

O rynku

Rynek analityki webowej rośnie w siłę, według szacunków w 2026 ma osiągnąć wartość ponad 10 miliardów dolarów. Podobnie rzecz ma się z rynkami docelowymi dla dostawców usług analitycznych takich jak CUX. Rynki e-commerce czy SaaS to jedne z najdynamiczniej rozwijających się. Agencje marketingowe, które również stanowią liczne grono klientów, w samych tylko Stanach Zjednoczonych szacują, że ok. 20% środków przeznaczanych na marketing idzie właśnie na konto działań opartych na analityce i danych.

Osoba kontaktowa:
Paulina Walkowiak
paulina@cux.io
+491724251279