

Kommende børsbaby vinder Norges svar på Bestseller som kunde



Agillic har efter flere måneders kamp vundet norske Varner-gruppen som kunde, fortæller Jesper Valentin (th), adm. direktør i Agillic.

Foto: Peter-Emil Witt



PENGE Af Gro Høyer Thielst

Blot en måned før, danske Agillic forventes børsnoteres på Nasdaq First North i København, oplyser selskabet at have føjet Varner-Gruppen til kundelisten.

Foran næsen på amerikanske Adobe.

"Timing er helt perfekt", lyder det fra Jesper Valentin, adm. direktør i Agillic, der på abonnementsbasis leverer en cloudbaseret softwareløsning til skræddersyet markedsføring gennem forskellige kanaler som online, print, e-mail og sms.

"For det første er det en meget stor aftale, og for det andet sker det på et tidspunkt, hvor vi gerne vil vise, at vi har evidens," siger Jesper Valentin og afslører, at det har været en hård kamp på flere måneder og, som til sidst stod mellem Agillic og Varner-gruppens leverandør, Adobe.

Naturligt skridt

"Vi er et sted, hvor det at lande en aftale med Varner-Gruppen, som i folkemunde kaldes Norges Bestseller, er det næste naturlige skridt. Vi har andre store kunder i Danmark og Norge, men vi har ikke så mange af denne størrelse," siger Jesper Valentin.

Varner-Gruppen er et familieejet modehus, kendt for mærker som A-Z, Bik Bok, Dressmann og Urban,

og som har ca. 1500 butikker i Norden, Tyskland og Polen.

Agillic skal fremover levere den fulde pakke til selskabets markedsføring, og ifølge direktøren var der to forhold, der afgjorde valget:

"Vi har bygget vores produkt, så kunden kan gå i markedet med sin kampagne eller kommunikation med det samme og derefter bruge platformen til at vokse på, uden at det involverer it-afdelingen og uden en lang implementeringsproces hver gang, der skal foretages noget nyt," siger Jesper Valentin.

Det andet forhold er, at Varner-Gruppen kan inddrage kunstig intelligens, så markedsføringen målrettes helt ned til den enkelte kundes behov og ønsker. Det skyldes, at Agillic for nylig foretog et opkøb af en kontrollerende del af Armstrong One, der behandler big data med brug af kunstig intelligens.

"Det viser, at vores strategiske satsning på kunstig intelligens bærer frugt. Vi skal hjælpe vores kunder med at give deres kunder relevante tilbud. Det behøver nødvendigvis ikke at være noget, de skal købe, det kan også være gode råd om et produkt, de tidligere har købt," siger Jesper Valentin.

Milliardmarked venter

Agillic, der allerede har kunder som Matas, Sportsmaster og Sydbank, har valgt at gå på den danske minibørs for at hente ca. 37 mio. kr. i frisk kapital. Pengene skal bruges til at træde længere ind på milliardmarkedet for marketingteknologi.

Datoen for offentliggørelsen af børsprospektet er endnu ikke fastsat, men det forventes at ske i begyndelsen af marts.