

## Banbrytande teknik lyfter Lykos e-handel

Skönhetskedjan Lyko lanserar en ny tekniskt banbrytande sajt. Sajten blir snabbare och även användbar från platser där nätverksförhållandena ofta är dåliga, exempelvis på tåg eller flyg. Skönhetskedjan bli därmed pionjärer för Avensias nya e-handelsramverk - SCOPE.

Lykos nya sajt innehåller den absolut senaste e-handelstekniken. Med hjälp av SCOPE sparas all information som går att återanvända på sajten, vilket gör att det går att hoppa mellan sidor även när du är off-line. Tekniken, som tagits fram av Facebook, är perfekt för mobilanvändning på platser där det ofta finns nätverksproblem.

*"Vi kallar sajten för Lyko 5.0. Det är ett konstant uppgraderingsarbete som hela tiden ska göra att vi ligger i framkant med vårt digitala erbjudande. Vi är extremt nöjda med hur sajten fungerar och har höga förväntningar på vad våra kunder kommer att tycka",* förklarar Rickard Lyko, VD på Lyko Hair.

Sajten är helt optimerad för både mobil, surfplatta och laptop. De flesta sajter idag är responsiva, vilket innebär att koden formaterar om utseendet för att passa olika typer av gränssnitt. SCOPE har istället en helt optimerad design för de olika enheterna, även om de delar samma teknik. Det gör att upplevelsen i en mobil blir nästan identisk med en app.

*"Jag tror att detta är en större revolution än när responsiva sajter kom. Det kommer att innebära ett större lyft av användarupplevelse och konverteringsgrad, och då har vi bara skrapat på ytan av vad som är möjligt med SCOPE. Vi håller redan på att implementera ramverket hos flera kunder, bland annat Malorama och Menigo.",* förklarar Jörgen Bertilsson, Executive VP Global Business Development på Avensia.

Lösningen innehåller ett helt nytt kampanjsystem, samt personaliserade kampanjutskick byggda på artificiell intelligens. Även administrationen för sajten har blivit mycket flexiblere med en helt ny hantering av innehåll i Episerver.

*"Att vi ligger i framkant teknikmässigt är en förutsättning för att vi ska kunna uppfylla vårt mål om att bli den centrala punkten i skönhetsvärlden. Vårt projekt kallat "Connecting all beauty in the world" kommer att kasta om ramarna för hur handel tidigare bedrivits kring skönhetsprodukter",* berättar Rickard Lyko.

För Avensia innebär SCOPE ännu ett tekniksprång som kommer vara en viktig del för bolagets tillväxt det kommande året. Det nya ramverket är också på väg in i Avensia Storefront och skapar en konkurrensfördel för produkten inom användarupplevelse.

Denna information är sådan information som Avensia är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning och lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades för offentliggörande den 7 oktober 2016 kl 07:25 CET.

**För mer information, kontakta:**

**Jörgen Bertilsson, vVD & EVP Global Business Development Avensia, +46 709-681000 eller e-post [jorgen.bertilsson@avensia.com](mailto:jorgen.bertilsson@avensia.com)**

**Robin Gustafsson, VD Avensia, +46 736-606082 eller e-post [robin.gustafsson@avensia.com](mailto:robin.gustafsson@avensia.com)**

**Avensia AB** är ett ledande expertföretag på e-handel. Med ett team på över 100 personer implementerar vi prisvinnande e-handelslösningar baserat på Microsoft-teknik till Nordens mest krävande handelsföretag aktiva både mot konsumenter och företag. På den globala marknaden är bolaget aktivt genom produkt erbjudandet [Avensia Storefront](#). Företaget har sitt huvudkontor i Lund och finns även i Stockholm, Helsingborg, Oslo, Köpenhamn och Cebu. Avensia AB är noterat på First North Premier under namnet AVEN. Läs mer på [www.avensia.se](http://www.avensia.se). Remium Nordic AB är bolagets likviditetsgarant och Certified Advisor och nås på tel: +46 8 454 32 00 eller [www.remium.se](http://www.remium.se)