

Usercentrics stellt neues Third-Party Integration Partner Programm vor

München, 17. Februar 2021 - Das in München ansässige Tech-Unternehmen Usercentrics startet sein neues **Third-Party Integration Partner Programm**. Zielgruppe dieser Partnerschaften sind Agenturen, die eine tragende Säule für Marktzugang und Kundenbetreuung bei Usercentrics bilden.

Als Programmpartner räumt Usercentrics qualifizierten Agenturen das Recht ein, unabhängig durch Usercentrics zertifizierte Plug-in-Lösungen zu entwickeln. Exemplarisch sind hier Plug-ins für Content Management Systeme und Plattformen wie WordPress zu nennen, die vom Webseitenbetreiber schnell und einfach in das Backend integriert werden können.

Die Vorteile sind vielfältig: Da Agentur-Partner in den meisten Fällen auf eine Partner API oder das Browser SDK zugreifen, können Webseitenbetreiber die Usercentrics Consent Management Plattform mithilfe der von Usercentrics zertifizierten Plugins noch schneller und einfacher einbinden.

Zudem können Agenturen durch die von Usercentrics zertifizierten Plugins ihr Leistungsportfolio stetig erweitern.

Jürgen Weichert, CRO von Usercentrics kommentiert das Programm folgendermaßen: "Mit Hilfe qualifizierter Agenturen, die sich intensiv mit der Entwicklung von Plugin-Lösungen für Content Management Systeme auseinandersetzen, können wir die Usercentrics CMP für eine breite Masse an Webseitenbetreibern verfügbar und noch leichter integrierbar machen. Gleichzeitig können sich Webseitenbetreiber aufgrund der offiziellen Zertifizierung durch Usercentrics sicher sein, dass gleichbleibend qualitativ hochwertige Nutzererfahrung und Support durch unsere Partner gewährleistet werden".

Sie sind eine Agentur und haben Interesse an dem Usercentrics Partnerprogramm? Kontaktieren Sie doch einfach partner@usercentrics.com.

Über Usercentrics

Compliance & Marketing in Harmony

Das Münchner Tech-Unternehmen Usercentrics ist Marktführer im Bereich [Consent Management Platform](#) (CMP). Die SaaS-Lösung von Usercentrics ermöglicht Unternehmen die Erhebung, Verwaltung und Dokumentation von Nutzer Einwilligungen auf allen digitalen Kanälen wie Websites oder Apps - und das bei hohen Opt-in-Raten. So kann die Einhaltung aktueller und zukünftiger internationaler Datenschutzvorschriften wie der DSGVO, ePrivacy-VO und CCPA gewährleistet und mit der Marketing- und Datenstrategie in Einklang gebracht werden. Seit seiner Gründung Ende 2017 ist das Unternehmen stark gewachsen und zählt über 300 namhafte Enterprise-Kunden wie z.B. Commerzbank, Fitness First und Telefonica. Weitere Informationen finden Sie unter usercentrics.com/de.