

Die perfekte Verbindung von E-CRM und Social Media – Integration statt Improvisation

Mit neuer E-CRM Software ELAINE FIVE der artegic AG gezielt Leads aus Social Networks in E-CRM Prozesse überführen

Der Bonner Technologieanbieter artegic AG sorgt in diesem Sommer mit der neuen Version seiner E-CRM Softwaresuite ELAINE FIVE für Aufsehen. Die neue Evolutionsstufe der Software überwindet das Stadium der Insellösungen und setzt Social Network Marketing in einen neuen Kontext: die Kundenbeziehung. Dieser revolutionäre Ansatz fokussiert dabei Personen und nicht Kanäle. Auf technischer Seite wurden in Zusammenarbeit mit den Kunden unter anderem ein komplett überarbeitetes Interface sowie zahlreiche neue Features entwickelt und umgesetzt. Neben einer vereinfachten Bedienung, die sich durch übersichtliche Eingabeseiten und weniger Klicks auszeichnet, stellt die Optimierung der Kernprozesse einen weiteren Schwerpunkt der neuen Version dar. In allen wesentlichen Bereichen des E-CRM hat artegic damit auch 2010 wieder Maßstäbe setzen können.

Die Bedeutung von Social Media wächst rasant und damit auch die Bedeutung als Bestandteil des Online-Direktmarketings. Umso wichtiger wird es für Unternehmen Social Media effizient in Geschäfts- und Kommunikationsprozesse zu integrieren. Bisher beschränken sich viele Social Media Aktivitäten jedoch vor allem darauf, überhaupt in einem unzähligen Networks stattzufinden. Ein effizienterer, aber ebenfalls nur einseitig gerichteter Weg ist die Verlängerung von E-Mail Kampagnen in soziale Netze. Die vom Technologieanbieter artegic bereits im Frühjahr 2009 zur Marktreife entwickelte Fähigkeit der direkten oder indirekten Distribution von E-Mail-Kampagneninformationen in Social Networks ist nun mit der wichtigen zweiten Komponente komplettiert worden: die Rückführung von Kontakten aus Social Networks heraus in individuelles Dialogmarketing.

Wesentliche Ziele sind die frühzeitige Identifikation von Kundenkontakten, die gezielte Überführung in eine Lead-Generierung sowie die übergreifende Auswertung der Informationsnutzung. Erstmals werden dabei auch anonyme, noch nicht personalisierte Profile erfasst und in eine E-CRM Systematik gebracht. Dadurch sollen frühestmöglich wichtige Daten zur Analyse und Individualisierung der Lead-Generierung erworben und so Echtzeitfähigkeit und Effizienz von CRM-Maßnahmen in Sozialen Netzen erhöht werden.

Dialog in Social Media als Ausgangsbasis für effektive Lead-Generierung

Kern der neuen Lösung ist die von artegic entwickelte Advanced Fingerprinting Technology. Sie erlaubt die Identifikation und Wiedererkennung von Internet-Kontakten sowie die darauf basierende anonyme Profilbildung. Somit sollen Rückschlüsse auf die Nutzung von Informationen, die Aktivität der User sowie die Weiterverbreitung von Kampagnen möglich sein. Über eine Social Network Middleware ist zudem die direkte Anbindung von Social Networks, Publizierungsdiensten, Mediennetzwerken und Bookmarking Services möglich.

“Social Media ist keine Pinnwand sondern eine Kontaktplattform. Was als öffentlicher Dialog stattfindet, darf nicht mit Zuschauen aufhören, sondern sollte Ausgangsbasis für effektive Lead-Generierung sein”, so Stefan von Lieven, CEO der artegic AG. “Das neue ELAINE hilft nicht nur den öffentlichen Dialog effizient zu steuern, sondern vor allem, Social Media Kontakte gezielt in ein echtes Kundenbeziehungsmanagement und einen individuellen Dialog zu überführen.”

Individuelle Relevanz aus unterschiedlichen Kennzahlen

Neugestaltete Statistiken ermöglichen die Erweiterung der Parametrisierung sowie der Möglichkeiten zum Drilling und Slicing der Ansichten. Basierend auf verschiedenen Kennzahlen kann zudem erstmals eine geschäftsmodellspezifische Erfolgsbemessung vorgenommen werden. Die individuelle Gegenüberstellung von Kennzahlen erlaubt dem Kunden die Erstellung eines eigenen Relevanz-Profiles. Um die entsprechenden Ergebnisse für die interne Kommunikation des Kunden noch weiter zu komprimieren, errechnet ELAINE FIVE daraus einen zentralen Effizienz-Wert. Dadurch wird sowohl der Vergleich von Kampagnen als auch eine bessere Auswertung bei Pre-Tests ermöglicht.

Auswertung und Heatmap-Visualisierung

Aktive User sind das wichtigste Kapital im Online Dialogmarketing. Zur Unterstützung eines individuellen Frequenzmanagements sowie der Auswertung der Nutzeraktivitäten werden jetzt auch Mitglieds- bzw. Bezugsdauer und Adressalter angezeigt. Die Heatmap-Darstellungsfunktion der ELAINE Customer Metrics erleichtert die Visualisierung der Nutzeraktivitäten dabei erheblich.

Templates und Drag&Drop Composing

Das bisherige Composing auf Basis von CMS-Funktionen gestaltet sich durch die Implementierung von visualisierten Templates wesentlich plastischer. Das neue Drag & Drop Composing ermöglicht den einfachen Zusammenbau von HTML und Text E-Mailings sowie SMS, RSS und Social Media Messages.

Weitere Infos unter: www.artegic.de

Kontakt:

artegic AG
Dreizehnmorgenweg 40-42
53175 Bonn
Tel: +49(0)228 22 77 97- 0
Fax: +49(0)228 22 77 97- 900
<http://www.artegic.de>

Pressekontakt:

pr://ip – Primus Inter Pares
Mauritzstraße 23
48143 Münster
T: +49 251 49095970
F: +49 251 49095972
M: presse@artegic.de

Über die artegic AG:

Die artegic AG unterstützt Unternehmen beim Aufbau von loyalen und profitablen B-to-B und B-to-C Kundenbeziehungen über Online Kanäle. Das Leistungsportfolio umfasst strategische Beratung, Technologien und Business-Services für E-CRM und Dialogmarketing mit E-Mail-, RSS-, Mobile- und Social-Media. Mit der E-CRM Technologie ELAINE bietet artegic eine leistungsfähige und einzigartige Lösung für die übergreifende Durchführung von Kampagnen, sowie die Marketing-Automatisierung auf Basis von selbst schärfenden analytischen Kundenprofilen.

International werden jeden Monat mit ELAINE rund 700 Mio. E-Mails, SMS und Social Media Messages versandt. artegic greift dabei als assoziiertes Unternehmen auf das Know-how der Fraunhofer Gesellschaft zurück, sowie auf die Expertise aus langjährigen Best-Practices mit

namhaften Kunden wie RTL, Schlecker, A.T.U, QVC, Web.de, Sprd.net, Siemens Healthcare sowie den Bundesministerien der Finanzen und der Justiz.