

## Soziale Netzwerke: Integration statt Improvisation

08.04.2010, 17:23 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *artegic AG*

---

Bonn/München, 08. April 2010 – Die Social Media Kommunikation von Unternehmen und Marken findet heute – trotz der massiv gestiegenen Bedeutung – immer noch weitgehend isoliert und mit dem Fokus auf der reinen Distribution von Informationen statt. ELAINE FIVE, die neue E-CRM Softwaresuite des Bonner Technologieanbieters artegic, überwindet das Stadium der Insellösungen und setzt Social Network Marketing in einen neuen Kontext: die Kundenbeziehung. Der innovative technische und konzeptionelle Ansatz fokussiert dabei die Personen und nicht den Kanal. Ziel 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.

Social Networks werden zur wichtigen Kontaktplattform mit Kunden und Interessenten

Laut einer aktuellen Studie von Nielsen verbringen Menschen weltweit immer mehr Zeit in sozialen Netzwerken wie Facebook, MySpace und Twitter. Die Anzahl der Nutzer stieg ebenfalls seit 2009 um mehr als 30 Prozent.

Kein Wunder, dass die Bedeutung von Social Media Kanälen als Bestandteil von Online Direktmarketing Kampagnen gleichermaßen konsequent wächst. Denn der Dialog in sozialen Netzen ist gewünscht und wirksam. So ermittelte eine US-Studie, dass fast 60 Prozent der weiblichen und 44 Prozent aller männlichen Befragten Produktinformationen über soziale Netzwerke wie Facebook erhalten möchten. (Anderson Analytics: American College Students Survey. Studie 2009.)

Umso wichtiger wird es für Unternehmen Social Media effizient in ihre Geschäfts- und Kommunikationsprozesse zu integrieren. Bisher beschränken sich viele Social Media Aktivitäten jedoch darauf, überhaupt in irgendeiner Form in die unzähligen Networks hineinzukommen. Ein effizienterer, aber im Kern ebenfalls nur einseitig gerichteter Weg ist die Verlängerung von E-Mail Kampagnen in soziale Netze. Vorteil ist dabei insbesondere die einfache Nutzung bestehender Kampagnenformate und -technologien. So planen derzeit laut einer US-Studie (StrongMail) dementsprechend auch 69 Prozent der befragten Unternehmen E-Mail und Social Media miteinander zu verbinden. Hierzu hatte der Technologieanbieter artegic bereits im Frühjahr 2009 die Erweiterung der Lösung ELAINE um Funktionen zur Verbreitung von Content in Diensten wie Twitter und Facebook vorgestellt. Die Fähigkeit der direkten oder über Weiterempfehlungen indirekten Distribution (SWYN) von E-Mail Kampagneninformationen in Social Networks ist nun um die wichtige zweite Komponente zum Erfolg komplettiert worden: die Rückführung von Kontakten in ein individuelles Dialogmarketing.

ELAINE FIVE: Vom Social Network Besucher zum CRM Kontakt

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, Communities, Mediennetzwerken und Bookmarketing Services möglich.

Hierdurch sind sowohl die anonyme Sicht der Nutzerkontakte als auch je nach Netzwerk eine direkte Ansicht der Freunde bzw. Follower in der E-CRM Kundenverwaltung von ELAINE möglich. Je nach Dienst können auch direkte

Messages an Freunde bzw. Follower sowie daraus selektierte Zielgruppen versandt werden.

Wichtig für eine übergreifende Auswertung der Nutzeraktivität sowie der Informationsverbreitung ist auch die Erkennung von Kanalsprüngen – z. B. durch Weiterleitung eines Twitter-Tweets in das Facebook-Profil eines Users. Hierfür ist ebenfalls das erweiterte Tracking über einen integrierten URL Shortening Service möglich.

“Social Media ist keine Pinnwand sondern eine Kontaktplattform. Was als öffentlicher Dialog stattfindet, darf nicht mit Zuschauern 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.”

Premiere auf der Internet World 2010

Die artegic AG stellt auf der Fachmesse Internet World aus (Standnummer 594) und stellt dort erstmals die neue Lösung ELAINE FIVE der Öffentlichkeit vor. Dem Thema “User Engagement und Kampagnenentwicklung mit Social Media, E-Mail und Mobile” widmet sich am 13. April ab 14.00 Uhr auch eine Expertenrunde, an der u.a. Martin Meyer-Gossner (The StrategyWeb), Nico Zorn (saphiron / emailmarketingblog.de), Jörg Adams (Serviceplan Brand ONE) und Philipp Eisele (DraftFCB) und artegic CEO Stefan von Lieven (CEO) teilnehmen.

Eine exklusive Preview auf ELAINE FIVE sowie Terminvereinbarungen für die Premiere sind unter <http://www.artegic.de/E5preview> möglich.

Weitere Informationen zur artegic AG und ELAINE FIVE unter <http://www.artegic.de> und zum Expertenforum beim Internet World Kongress unter <http://www.internetworld-messe.de/Fachmesse/Rahmenprogramm-Fachmesse/Expertenforum>.

## **Portrait**

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.

News-ID: 416098 • Views: 978 (Stand: 21.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/416098/Soziale-Netzwerke-Integration-statt-Improvisation.html>