

Praxisvortrag: Technologieunterstützte CRM-Strategien im Onlinedialog

01.12.2010, 14:18 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *artegic AG*

Handelsblatt Jahrestagung „Direktmarketing“: artegic stellt aktuelle Methoden und Strategien vor und verlost bis 03.12. Teilnehmerticket im Wert von 1999,00 EUR

Bonn, Frankfurt/Main, 01. Dezember 2010 – Die Zielrichtung ist definiert: Online-Dialogmarketing ist auf dem Weg, zu einem unverzichtbaren Kern modernen Kundenbeziehungsmanagements zu werden. Die Möglichkeit zur unmittelbaren und individuellen Kommunikation, präzise Messbarkeit und höchste Effizienz – das alles spricht aus unternehmerischer Sicht klar für diesen Weg. Doch zur erfolgreichen Umsetzung dialogmarketinggestützter Kundenbeziehungen gehört die Verbindung übergreifender Strategien mit meist komplexen CRM-Technologien.

Neue Aufgaben durch neue Kanäle

Unternehmen sehen sich durch neue Kanäle und Anforderungen heute vor drei zentralen Aufgaben:

Im Fokus steht heute die Herstellung einer für die Online Kanäle geeigneten Echtzeitfähigkeit sowie die Senkung des operativen Aufwands durch Automatisierung der eingesetzten Systeme.

Ebenso wichtige Aufgabe mit Blick auf den Aufbau von strategischen Unternehmenswerten ist heute die Verbesserung des Kundenverständnisses durch präzise Messung und datenbankbasierte Profilierung von Kundeninteraktion mittels geeigneter Business Intelligence Methodik.

Mit der zunehmenden Nutzung sozialer Netze kommt Social Media als dritte Aufgabe hinzu. Denn insbesondere im Bereich der Marketing- und Servicekommunikation über Social Media gewinnt der Einsatz von CRM-Technologien immer mehr an Bedeutung. Das gilt einerseits für die Verlängerung von Kampagnen in soziale Netze, andererseits aber vor allem für die Rückführung von Kontakten in ein individuelles Dialogmarketing.

Wie die Anwendung technologiegestützter CRM-Strategien in der Praxis funktioniert, erläutern Anja Pöttsch und Stefan von Lieven (CEO artegic AG) anlässlich der 3. Handelsblatt Jahrestagung „Direktmarketing“ am 08. Dezember in Frankfurt/Main. Anja Pöttsch, Head of Marketing bei der Softline Solutions GmbH, verantwortete einige Jahre sämtliche E-Mail-Marketing-Aktivitäten sowie die Profilierung der Kundendaten im CRM der PC-Ware Information Technologies AG in Deutschland und ist darüber hinaus aktuell als Dozentin an der Leipzig School of Media tätig.

Ticketverlosung

artegic verlost bis zum 03.12.2010 ein Ticket im Wert von 1999,00 EUR für die Teilnahme an der 3. Handelsblatt Jahrestagung „Direktmarketing“. Anmeldung, Teilnahmebedingungen und Download des Vortrags unter:
<http://www.artegic.de/handelsblatt>

Kurzinfo:

Titel: „Technologieunterstützte CRM-Strategien im Onlinedialog“

Termin: 3. Handelsblatt Jahrestagung „Direktmarketing“,

Mittwoch, 08. Dezember 2010, 15.00 – 15.30 Uhr

Ort: Hilton Frankfurt Hotel, Hochstraße 4, 60313 Frankfurt am Main

Portrait

Über die artegic AG:

Die artegic AG unterstützt Unternehmen beim Aufbau von loyalen und profitablen B2B- und B2C-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, A.T.U, Web.de, Sprd.net, Siemens Medical sowie den Bundesministerien der Finanzen und der Justiz.

News-ID: 491102 • Views: 167 (Stand: 07.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/491102/Praxisvortrag-Technologieunterstuetzte-CRM-Strategien-im-Onlinedialog.html>