

Ist Marketing Automation ein Risiko für Unternehmen?

12.05.2014, 11:57 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *KonLABS-21c.eu Beteiligungsgesellschaft UG*



Marketing Automation ein Sicherheitsrisiko?

Marketing Automation ist in Zeiten der Social Networks und der Marketing Webplattformen in aller Munde. Marketing Automatisierung bezieht sich auf Software-Plattformen für Marketing-Abteilungen von Unternehmen, die wiederkehrende Marketing Kampagnen und Aufgaben automatisiert in ihre Geschäftsprozesse integrieren wollen. Dabei stellen sich immer mehr Unternehmen die Frage, ob eine solche Automation denn nicht eine zu große Abhängigkeit von Software-Algorithmen und Analyse-Tools der Internet-Riesen bedingt. Denn Marketing Automation greift in die zentralen Geschäftsprozesse ein und übermittelt massenhaft Daten an externe Anbieter.

Marketing Automationssoftware soll Marketing-Spezialisten und Unternehmen in vier großen Bereichen unterstützen:

- * Entwicklung und Analyse von Marketing-Kampagnen
- * Verwaltung und Speicherung von Marketing-Kampagnen
- * Entsprechende Kundendatenorganisation und -speicherung (Stichwort: BigData)
- * Bewertung und Behandlung von Interessenten-Kontakten und Bestandskunden

Typischerweise werden hierzu CRM-Systeme, Landing Pages und E-Mail-Plattformen für die Kampagnen-Verwaltung, wie auch für die Analyse eingesetzt. Derzeit nutzen solche Plattformen im deutschsprachigen Raum insbesondere Großunternehmen und Konzerne. Abwohl der Marketing Automation große Potentiale vorausgesagt werden, nutzen derzeit im deutschsprachigen Raum nur knapp 6% solche Software-Systeme. Dies liegt wohl auch daran, dass man die Problemfelder Social Media Marketing und Content Marketing gerade im Mittestand noch gar nicht gelöst hat.

Daher sind diese Methodiken sehr genau in Hinblick auf Datenschutz, Sicherheit von Software-Algorithmen und Integration von Analyse-Werkzeugen (meist Web-Applikationen) in die Geschäftsprozesse von Unternehmen zu sehen.“, so Johann Ebert, CEO der KonLABS-21c.eu UG und Spezialist für Marketing Strategie für den mittelständischen Unternehmer.

Portrait

Die KonLABS-21c.eu Beteiligungsgesellschaft UG hat sich in seinen Beratungsportfolio auf Webdienstleistungen im Bereich des Marketing, Online-Marketing (B2B/B2C), Social Media und Content Marketing und der digitalen Medien und deren Anforderungen für den mittelständischen Unternehmer spezialisiert. Hierbei können wir auf jahrelange Erfahrung auch im Forschungs- und Entwicklungsumfeld inklusive einer eigenen Webplattform im Bereich der Online-Redaktionen und Newsrooms für soziale Medien zurückgreifen.

News-ID: 794326 • Views: 647 (Stand: 26.04.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/794326/Ist-Marketing-Automation-ein-Risiko-fuer-Unternehmen.html>