

PRESSEMITTEILUNG

## **Attensity präsentiert neues Tool zur Beobachtung und Analyse von Social Media**

**360°-Blick auf wertvolle Kundeninformationen in 17 Sprachen und aus über 70 Millionen Quellen**

**Palo Alto, Kalifornien & Kaiserslautern, 18. Mai 2010** – Die Attensity™ Group, führender Hersteller von Unternehmenslösungen, mit deren Hilfe die exponentiell wachsende Menge unstrukturierter Daten aus internen und externen Quellen analysiert, interpretiert und automatisiert verarbeitet werden kann, bietet ab sofort ihre Lösung zur Beobachtung und Analyse von Social Media, Attensity360, für den europäischen Markt an. Attensity360 ist sowohl als eigenständige Lösung als auch als Ergänzung zur preisgekrönten Attensity E-Service Suite erhältlich.

Die Attensity E-Service Suite bietet ein dynamisches Lösungspaket für alle Service-orientierten Aktivitäten, einschließlich Self-Service, Guided Service und Multi-Channel-Response-Management – in sämtlichen Kanälen, wie Email, Voice, Chat, Web, SMS, Fax usw. Durch die Ergänzung um Attensity360 können die Nutzer ab sofort produkt- und servicebezogene Kundendiskussionen, die online stattfinden, detailliert verfolgen und die daraus gewonnenen Informationen nutzen, um den Kundenserviceprozess zu verbessern. Dabei werden die Daten, die sich im Web 2.0 verbergen, in Echtzeit beobachtet, analysiert und den Anwendern – wie beispielsweise Call-Center-Agenten – zur Verfügung gestellt, die dadurch wiederum viel besser auf ihre Kunden eingehen können.

Attensity360 berücksichtigt über 70 Millionen Quellen in 17 verschiedenen Sprachen, darunter Deutsch, Französisch, Spanisch und Italienisch. Dazu gehören Twitter und Facebook, internationale Foren aber auch regionale Quellen, die individuell zusammengestellt werden können. Darüber hinaus bietet es in Form einer Self-Service-Anwendung ein leistungs-

starkes Instrument zur Analyse von Kundenkommunikation, die in Social Media Quellen stattfindet – beispielsweise lassen sich auf diese Weise Kundenstimmungen oder häufige Kundenprobleme aufdecken. Attensity360 steht ab heute für den europäischen Markt zur Verfügung und wird direkt durch das Vertriebsteam von Attensity und dessen Partner vertrieben.

Eine aktuelle Analyse mit Attensity360 belegt beispielsweise, dass bei den Nutzern von Social Media die Vorfreude auf die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft Südafrika 2010™ seit Wochen kontinuierlich wächst. War die Anzahl der positiv gestimmten Beiträge bis Anfang März 2010 noch unterhalb der Schwelle von 10.000 Postings pro Woche, sind mittlerweile rund 40.000 positive Beiträge pro Woche zu verzeichnen. Die Anzahl von negativ gestimmten Postings verharrt im Vergleich dazu relativ konstant bei etwa 5.000 Beiträgen pro Woche. Aktuell wird besonders die Verletzung des deutschen Kapitäns Michael Ballack sehr emotional diskutiert. In den nächsten Wochen wird Attensity analysieren, welche Teams bei der FIFA WM 2010 von Social Media Nutzern als aussichtsreichste Kandidaten für den Turniersieg angesehen werden.

„Wir freuen uns, Attensity360 nun auch auf dem europäischen Markt anbieten zu können“, erklärt Harald Zapp, Geschäftsführer und Senior Vice President Business Development and Corporate Strategy der Attensity Europe GmbH. „Unser starkes Vertriebs- und Serviceteam, das in ganz Europa vertreten ist, hat schon viele unserer Kunden dabei unterstützt, ihre unstrukturierten Daten zu analysieren, um hierdurch ein besseres Verständnis für die Wünsche ihrer Kunden zu gewinnen. Die Erweiterung um Inhalte aus dem ständig wachsenden Internet hilft unseren Kunden dabei, einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil zu erlangen.“

„Attensity360 vervollständigt unser Portfolio von bahnbrechenden Software-Lösungen. Unser neues Produkt nutzt die riesigen Mengen an Informationen, die sich in unstrukturierten Daten befinden, inklusive der Fülle an wichtigen Fakten und Trends, die sich in der Welt des ‚Semantic

Web‘ befinden“, erklärt Dr. Stefan Wess, Geschäftsführer der Attensity Europe GmbH. „Wir definieren Innovation als das Antizipieren von Kundeninteressen und Geschäftsanforderungen sowie einer entsprechenden Handlungsweise. Attensity360 ermöglicht uns, für die weltweit am schnellsten wachsende Quelle an unstrukturierten Daten – das Social Web – leistungsfähige Lösungen anbieten zu können.“

## **Über die Attensity Group**

Die Attensity Group bietet Softwarelösungen basierend auf semantischen Web 3.0 Technologien, die es Unternehmen ermöglichen, verborgene Informationen in unstrukturiertem Text zu finden, zu verstehen und zu verwerten und so ihre geschäftskritischen Entscheidungen zu unterstützen. Das umfassende Anwendungsportfolio zielt auf das kollektive Wissen in Social Media und Internetforen, die „Stimme des Kunden“ (Voice of the Customer) in Kundenbefragungen und E-Mails, das Reaktionsmanagement im Kundendienst, E-Services, Marktforschung und Studienergebnisse, Risiko und Compliance sowie die Informationsanalyse ab. Attensity hat mehr als 500 Installationen weltweit vorzuweisen. Die preisgekrönte Software ist sowohl bei großen Regierungsbehörden als auch bei innovativen Unternehmen wie Airbus, Charles Schwab, Bosch, JetBlue, der Royal Bank of Canada, Travelocity und Vodafone im Einsatz. Sie ermöglicht es ihnen, Tendenzen und Muster besser zu erkennen, Unregelmäßigkeiten aufzuspüren, Risiken zu reduzieren und die Möglichkeiten zur Verbesserung der Kundenzufriedenheit und Kundenbindung optimal zu nutzen. Attensity wurde von der Service & Support Professionals Association (SSPA) mit dem Recognized Innovator Award ausgezeichnet.

Weitere Informationen finden Sie unter  
<http://blog.attensity.com/>  
<http://twitter.com/attensity> und  
<http://www.facebook.com/attensity>.

## **Ansprechpartner Attensity Europe GmbH:**

Martina Tomaschowski  
Attensity Europe GmbH  
Europaallee 10  
67657 Kaiserslautern

Telefon: +49 631 303 5503  
Mobil: +49 170 233 7849  
Email: [martina.tomaschowski@attensity.com](mailto:martina.tomaschowski@attensity.com)

Thomas Huber  
semanticom GmbH  
Reinhardtstr. 41  
10117 Berlin

Telefon: +49 30 275 80 81 11  
Mobil: + 49 151 14 96 58 10  
Email: [Thomas.Huber@semanticom.eu](mailto:Thomas.Huber@semanticom.eu)