

Intershop setzt auf Marketing Automation von Eloqua

Lead-Management-Möglichkeiten, automatische Datenvervollständigung und enge Salesforce-Anbindung geben Ausschlag

Frankfurt, 06. Dezember 2012 – Die E-Commerce-Spezialisten der Intershop Communications AG aus Jena setzen zur Umsetzung ihrer Marketing-Kampagnen und zur Pflege ihrer Leads auf die Marketing Automation-Plattform von Eloqua. Die Einführung der Lösung geht einher mit dem verstärkten Fokus des Marketings auf Lead-Generierung. Die Eloqua-Lösung unterstützt diesen Schwerpunkt mittels ihrer Möglichkeiten zur zielgenauen Dialoggruppenansprache sowie ihren intelligenten Funktionen zur Bewertung und Verwaltung der generierten Kontakte. Die Plattform soll schrittweise weltweit zur Verfügung gestellt werden.

Anspruch: Hochrelevante Angebote

„Als Experten im Bereich E-Commerce haben wir hohe Ansprüche was digitale Prozesse im Allgemeinen und Online-Kommunikation im Speziellen betrifft. So haben wir auch die Einführung eines Lead-Managements gründlich vorbereitet“, erklärt Markus Bartholmé, Manager Business Development bei Intershop. Nach Workshops zum Thema erstellte sein Team eine Anforderungsliste für Lösungen, die helfen würden, Marketing-Aktivitäten und Kontaktverwaltung zu automatisieren. „Manuell war die Umsetzung beispielsweise von kreativen E-Mail-Kampagnen irgendwann zu ineffektiv. Wir wollten ja auf die unterschiedlichen Reaktionen der Kunden beim nächsten Mailing eingehen – nur wurde es zu viel Aufwand, diese individuellen Informationen laufend manuell zu dokumentieren.“

Lead Management zu Ende gedacht

Drei Plattformen kamen schließlich in die engere Wahl – sie alle brachten die maßgeblichen Funktionen für die automatisierte Umsetzung von Marketing-Kampagnen über verschiedene Kanäle mit. Mit allen für das Intershop-Team wesentlichen Eigenschaften konnte jedoch nur die Eloqua-Lösung aufwarten. Vor allem die zentralen Lead-Management-Funktionen überzeugten Intershop. „Aus unserer Sicht hat Eloqua seine Hausaufgaben gemacht, sein Konzept zu Ende gedacht. Die Plattform kommt unserer Idealvorstellung schon sehr nahe“, schließt Bartholmé.

Enge Verknüpfung zum Vertrieb

„Marketing Automation und Lead Management sind untrennbar miteinander verbunden“, so Günter Sandmann, Eloqua Director für Zentraleuropa. „Was nützt der ganze Aufwand, den Unternehmen in Marketing-Kampagnen stecken, wenn anschließend die Leads nicht sauber weiterverfolgt werden? Deshalb sorgen wir beispielsweise über eine enge Kooperation mit Salesforce dafür, dass der Vertrieb die im Marketing generierten Daten auf seiner bevorzugten CRM-Plattform immer aktuell und von uns bewertet vorfindet und damit weiterarbeiten kann.“ Eloqua hat Kunden in über 40 Ländern. Zu den europäischen Kunden gehören Nestle, Siemens, Panasonic, Messe München, DuPont und SwissPost Solutions. Hinzu kommen weitere führende europäische Unternehmen wie Reed Elsevier und Schroders. In Deutschland befindet sich Eloquas Hauptquartier für Zentraleuropa.

Pressebilder

Hier als Vorschau – in hoher Auflösung anbei



Intershop Tower in Jena: Die E-Commerce Profis von Intershop behalten nicht nur im Marketing den Überblick.



Markus Bartholmé, Manager Business Development bei Intershop



Die Eloqua-Plattform integriert alle Funktionen, die für ein professionelles, automatisiertes Marketing-Management nötig sind.



Über Intershop

Die Intershop Communications AG (gegründet 1992; Prime Standard: ISH2) ist ein führender Anbieter innovativer und umfassender E-Commerce-Lösungen. Das Unternehmen bietet leistungsstarke Standardsoftware für den Vertrieb über das Internet sowie alle zugehörigen Dienstleistungen an. Umfassende Online-Marketing-Services liefert die Intershop-Tochter SoQuero. Darüber hinaus übernimmt Intershop im Auftrag seiner Kunden die gesamte Prozesskette des Online-Handels einschließlich Fulfillment. Mit der Transaktionsplattform der 100-prozentigen Tochter TheBakery profitieren Geschäftspartner darüber hinaus von einem übergreifenden Bestell-, Lieferanten-, Produkt- und Vertriebskanal-Management. Weltweit setzen über 500 große und mittelständische Unternehmen und Organisationen auf Intershop. Zu ihnen zählen u. a. HP, BMW, Bosch, Otto, Deutsche Telekom und Mexx. Intershop hat seinen Sitz in Deutschland (Jena) und unterhält Niederlassungen in den USA, Europa und Australien.

Über Eloqua

Die Lösungen von Eloqua unterstützen Unternehmen dabei, ihren Umsatz durch Marketing-Automation, Lead-Management und Revenue Performance Management zu steigern. Über 1.250 Kunden vertrauen den Marketing Automation-Lösungen von Eloqua, um die Nachfrage zu steigern und qualitativ hochwertige Leads zu generieren und zu verwalten. Zu den Kunden von Eloqua gehören Adobe, Panasonic, Dow Jones, Siemens, Amiando, Mettler-Toledo, VisionApp, D&B, Nestle und National Instruments. Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in Vienna, Virginia und unterhält Niederlassungen in Cambridge (Massachusetts), San Francisco, Austin, Toronto, London, Brüssel, Frankfurt und Singapur. Weitere Informationen: www.eloqua.de.

Pressekontakt

Hotwire Public Relations

Florian Hohenauer

+49 89 80 99 1113-3

Florian.hohenauer@hotwirepr.com