



Gartner positioniert Responsys als Visionär

Führendes Analystenhaus Gartner bewertet im „Magic Quadrant for CRM Multichannel Campaign Management“ Umsetzbarkeit und Vollständigkeit der Vision

München – 14. Juni 2012 – [Responsys, Inc.](#) (Nasdaq:MKTG), ein führender Anbieter von webbasierten [Kampagnen-Management-Lösungen](#) über Kanäle wie E-Mail, Mobile, Social, Display und Web, ist von Gartner im „Magic Quadrant for CRM Multichannel Campaign Management“ⁱ als Visionär positioniert worden. Die Untersuchung wurde von Adam Sarner, Research Director bei Gartner, herausgegeben und bewertet Anbieter von Kampagnen-Management-Lösungen für verschiedene Kanäle im Hinblick auf die Umsetzbarkeit und Vollständigkeit ihrer Vision.

Als Visionäre bezeichnet Gartner Unternehmen, die „eine starke Vision für den Kampagnen-Management-Markt haben oder sich in etablierten und sich entwickelnden Bereichen hervortun, wie Inbound-Marketing, Social Marketing oder generell digitalem Marketing.“ Laut Gartner können Visionäre: „strategische Richtungen vorgeben oder spezifische innovative Fähigkeiten in einem oder mehreren Funktionsbereichen im Kampagnen-Management demonstrieren, beispielsweise fortgeschrittene Kampagnen-Funktionalität oder E-Marketing-Integration, die der Markt möglicherweise ebenfalls übernehmen wird.“

Multi-Channel Kampagnen-Management (MCCM) definiert Gartner als Prozesse, mit denen Unternehmen Angebote für Kundensegmente in Multi-Channel-Umgebungen wie Webseiten, Mobile, Social, Direkt-Mailings, Call Center und E-Mail definieren, harmonisieren und kommunizieren können. Digitales Marketing wird MCCM laut Sarner umformen.

„Wir freuen uns sehr, dass wir von Gartner als Visionär im aktuellen Magic Quadrant für Kampagnen-Management anerkannt wurden,“ sagt [Dan Springer](#), CEO von Responsys. „Wir glauben, dass diese Einstufung in der sehr konkurrenzbetonten Untersuchung unsere Produktvision, unser SaaS-Modell und die solide Wachstumsstrategie bestätigt. Außerdem zeigt das auch die Anerkennung unseres nachgewiesenen Erfolgs bei der Unterstützung von Marketing-Fachleuten, damit diese stark individualisiert und dennoch automatisiert über alle digitalen Kanäle, die Konsumenten heute nutzen, interagieren können.“

Gartner sagt weiter: „Der CRM-Markt als Ganzes hat sich 2011 erholt. Das zeigt der Umsatz in Höhe von 11,9 Milliarden US-Dollar - ein Wachstum von 12,7 Prozent im Vergleich zu 2010. Automatisierungs-Software für das Marketing war 2011 ein Markt von 2,8 Milliarden US-Dollar und soll in den nächsten drei Jahren jedes Jahr im zweistelligen Bereich wachsen. Der Kampagnen-Management-Umsatz hat daran den größten Anteil. Dieser Markt ist demnach der wachstumsstärkste Bereich im CRM, im Vergleich zu den Umsatzvoraussagen für Vertriebs- und Kundenservice-Software.“

Responsys hat im letzten Jahr weltweit einen Umsatz von 134,9 Millionen US-Dollar gemeldet. Der Anbieter unterstützt seine Geschäftskunden bei ihrem Marketing-Erfolg und steht für eine führende, globale Cross-Channel-Marketing-Plattform.

Die Einstufung von Responsys in Gartner's "Magic Quadrant for CRM Multichannel Campaign Management" 2012 bestätigt auch die beeindruckenden Bewertungen des Unternehmens in anderen kürzlich veröffentlichten Analystenergebnissen. So wurde Responsys als [„Strong Performer“](#) in "The Forrester Wave™: Cross-Channel Campaign Management (CCCM), 2012" und als Marktführer in „The Forrester Wave™: Email Marketing Service Providers, 2012" bezeichnet.

About the Magic Quadrant

Gartner does not endorse any vendor, product or service depicted in its research publications, and does not advise technology users to select only those vendors with the highest ratings. Gartner research publications consist of the opinions of Gartner's research organization and should not be construed as statements of fact. Gartner disclaims all warranties, expressed or implied, with respect to this research, including any warranties of merchantability or fitness for a particular purpose.

Über Responsys

Responsys ist ein weltweit führender Anbieter für E-Mail- und Cross-Channel-Marketing-Lösungen, mit denen Marketingverantwortliche Relationship-Marketing entlang der zentralen interaktiven Kanäle E-Mail, Mobile, Social, Display und Web realisieren. Mit Responsys-Lösungen können Marketingverantwortliche dynamische Kampagnen und Kundenlebenszyklus-Programme erstellen, durchführen und automatisieren. So steigern sie ihren Umsatz sowie die Effizienz des Marketings und stärken zugleich die Loyalität der Konsumenten. Responsys steht für die Vision von New School Marketing und bietet mit seiner On-Demand Software und seinen erfolgsorientierten Dienstleistungen mehr Return on Investment (ROI), höchsten Automatisierungsgrad und die schnellste Wertschöpfung. Responsys wurde 1998 gegründet. Neben dem Hauptsitz der Firma in San Bruno, Kalifornien, gibt es Niederlassungen in der ganzen Welt. Die Deutschlandzentrale befindet sich in München. Auf Responsys vertrauen führende internationale Marken wie: Avis Europe, Continental Airlines, Deutsche Lufthansa, Epson, LEGO, LinkedIn, Qantas und Southwest Airlines. Besuchen Sie responsys.com für weitere Informationen.

Kontakt zu Responsys über die sozialen Medien:

- Responsys auf Facebook - <https://www.facebook.com/Responsys>

- @responsys auf Twitter - <https://www.twitter.com/Responsys>
- Responsys auf LinkedIn - <http://www.linkedin.com/company/responsys>

ⁱ Gartner, "Magic Quadrant for CRM Multichannel Campaign Management" by Adam Sarner, May 22, 2012