

Höherer Automatisierungsgrad, effizientere Kampagnen: Coremetrics erweitert die Funktionalitäten seiner Plattform zur kontinuierlichen Marketing-Optimierung

Hamburg, Oktober 2009 – [Coremetrics](#), weltweiter Anbieter von Lösungen für Online-Marketing und Online-Business-Optimierung, hat seine [Continuous Optimization Platform](#) um neue Funktionalitäten erweitert. Die Marketing-Optimierungs-Plattform hilft Marketing-Entscheidern, ihre Konversionsraten zu erhöhen und ihre Kundenbindung nachhaltig zu verbessern. Dank der neuen Funktionalitäten können die Anwender Online-Aktivitäten noch einfacher koordinieren und durchführen. Auch die Wirkung einzelner Maßnahmen (z.B. Mailings oder Bannerschaltungen) lässt sich nun noch einfacher nachvollziehen. Entscheider im Marketing gewinnen so mehr Planungssicherheit für zielgerichtete, effiziente Kampagnen und können dank eines höheren Automatisierungsgrads wertvolle Zeit sparen.

Die Neuerungen betreffen vor allem Coremetrics Intelligent Offer™, Coremetrics Search™ und Coremetrics Explore™, drei elementare Applikationen der Continuous Optimization Platform, sowie das Herzstück aller Coremetrics-Tools, die Lifetime Individual Visitor Experience (LIVE) Profiles™.

- [Coremetrics Intelligent Offer](#)™ – Die automatisierte Cross- und Up-Sell-Applikation verfügt nun über einen optimierten Algorithmus für Produktempfehlungen. Bisherige Lösungen generierten oft Empfehlungen, die lediglich Produkte aus einer Kategorie enthielten. Ab sofort können Online-Händler für das Geschäft relevante Produktkategorien festlegen. Aus diesen Kategorien empfiehlt Intelligent Offer den Kunden interessante Produkte. Die individuellen Produktempfehlungen für jeden Kunden lassen sich so noch feiner justieren und der durchschnittliche Bestellwert des gesamten Warenkontingents steigt deutlich.
- [Coremetrics Search](#)™ – Das Tool zum Steuern des Suchmaschinenmarketings (SEM) bietet ab sofort auch eine Möglichkeit zum Kampagnen-Kloning: Voll automatisiert werden Kampagnenelemente von einer Werbepattform (Google, Yahoo! oder Microsoft) zur Anderen kopiert. Online-Marketer, die sich nicht länger auf eine SEM-Plattform beschränken wollen, sparen dadurch wertvolle Zeit. Des Weiteren empfiehlt Coremetrics Search nun automatisch neue erfolgversprechende Suchbegriffe für SEM-Kampagnen.
- [Coremetrics Explore](#)™ – Die Lösung für übersichtliche Ad-Hoc-Berichte bietet eine erweiterte Form des Multichannel-Reporting. E-Commerce-Anwender können auf diese Weise

genau verfolgen, welche Online-Kampagnen den größten Einfluss auf Offline-Transaktionen (also z.B. auf die Geschäfte im Ladenlokal oder im Call Center) hatten. Durch den Einsatz der erweiterten Attributierungs- und Segmentierungsfunktionen liefert Explore Berichte, die Offline-Transaktionen mit allen Elementen der Online-Kampagne in Verbindung setzen. Somit stellt Explore Marketing-Entscheidern umfassende Besucherprofile zur Verfügung, die Verhaltensdaten aus verschiedenen Online-Kanälen – z.B. E-Mail, SEM, Video – und Offline-Kundenkontakten in Verbindung setzen.

- Das neue Multichannel-Leistungsspektrum erweitert zudem die Coremetrics-spezifischen Nutzerprofile, die sogenannten [Lifetime Individual Visitor Experience \(LIVE\) Profiles™](#). Die LIVE-Profilen ermitteln das Benutzerverhalten im Internet über den gesamten Zeitraum – so geht kein Klick verloren. Zusätzlich zu den Online-Informationen werden Offline-Informationen noch stärker integriert. Diese umfassenden Datensätze bilden die Basis aller Coremetrics-Produkte und die Grundlage für eine kontinuierliche Optimierung aller Marketing-Kampagnen. Mithilfe dieser Daten können Händler ihre Online-Angebote präzise und automatisiert auf die Bedürfnisse ihrer Kunden zuschneiden.

„Wir wollen allen Unternehmen eine einfache Möglichkeit eröffnen, ihren Kunden jederzeit das richtige Angebot im richtigen Kanal anzubieten“, erläutert Joe Davis, Chief Executive Officer von Coremetrics. „Deshalb arbeiten wir kontinuierlich an der Optimierung und Erweiterung unserer Lösungen. Coremetrics ist das größte unabhängige Unternehmen für Marketing-Optimierung am Markt. Unser Fokus liegt unverändert auf der Entwicklung von innovativen Applikationen, die Maßstäbe für die Zukunft setzen und Unternehmen neue Wege aufzeigen, um bislang unerschlossene Märkte zu erreichen.“

Coremetrics wurde im Juli 2009 vom unabhängigen Marktforschungsinstitut Forrester Research in der Studie „[Forrester Wave™: Web Analytics, Q3 2009](#)“ mit der höchsten Bewertung als führender Web-Analyse-Anbieter im Bereich „Strategie“ bestätigt. Auch im Bereich „Integration“ erhielt Coremetrics die höchstmögliche Bewertung.

Das hohe Maß an Integration stellt Coremetrics auch beim aktuellen Release unter Beweis: Coremetrics Explore und Coremetrics Search sind nun noch stärker in die anderen Module integriert. Für Marketing-Entscheider bedeutet dies, dass sie potenzielle Kunden besser segmentieren und ihre Maßnahmen besser koordinieren können. Ob per zielgerichteter E-Mail (Coremetrics LIVEmail™) oder via Bannerschaltung (Coremetrics AdTarget™) – alle Aktivitäten lassen sich zentral steuern, ohne die Applikation zu wechseln. Mit diesen neuen Möglichkeiten führen Online-Marketer personalisierte Inhalte ohne Zeitverlust in die richtigen Kanäle und investieren ausschließlich in wirtschaftliche Marketing-Maßnahmen.

Über Coremetrics

Coremetrics bietet digitale Lösungen zur Marketingoptimierung und hilft Unternehmen weltweit, ihr Online-Marketing kontinuierlich zu verbessern, um Kunden automatisch zum richtigen Zeitpunkt das richtige Angebot zu unterbreiten. Über 1.900 Online-Marken mit Transaktionen im Wert von mehr als 20 Mrd. US-Dollar optimieren heute mithilfe der Software as a Service (SaaS)-Lösung von Coremetrics ihr Online-Marketing. Die Lösungen von Coremetrics umfassen hochentwickelte Online-Analysen und integrierte Anwendungen zur Marketingoptimierung, wie etwa Bid-Management für Suchmaschinen, E-Mail-Marketing, Marketing-Attribution und Cross-Selling-Empfehlungen, durch die die Kundenakquise wirtschaftlicher gestaltet und die Konversionsrate sowie der Lifetime-Customer-Value erhöht werden. Coremetrics findet große Anerkennung bei Industrie-Analysten und Branchen-Vordenkern und wurde 2008 in die „Deloitte Technology Fast 50“-Rangliste für Silicon Valley Internet-, Medien-, Unterhaltungs- und Kommunikationsunternehmen aufgenommen.

Das Unternehmen befindet sich in privater Hand und wird von Accel Partners, FTV Capital und Highland Capital Partners finanziert. Hauptsitz von Coremetrics ist San Mateo, USA. Die europäische Zentrale befindet sich in Slough, Großbritannien; der deutsche Sitz des Unternehmens ist in Hamburg.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.coremetrics.de oder +49 (0) 40 32005 834.

Coremetrics unterstützt den Online-Datenschutz in vollem Umfang. Weitere Informationen finden Sie hier: <http://www.coremetrics.de/company/privacy.php>.

Für weitere Informationen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung:

Coremetrics GmbH
Roland Markowski
Fischertwiete 2
20095 Hamburg
Tel: +49 (0) 40 32005 834
Fax: +49 (0) 40 32005 200
E-Mail: deutschland@coremetrics.com

rheinfaktor – Agentur für Kommunikation GmbH
Christoph Magoley
Zollstockgürtel 57
50969 Köln
Tel: +49 (0) 221 88046 430
Fax: +49 (0) 221 88046 200
E-Mail: info@rheinfaktor.de

Belegexemplare erbeten. Abdruck honorarfrei.