



## Mehr Personalisierung: IBM übernimmt Silverpop

Mehr Personalisierung: IBM übernimmt Silverpop  
Übernahme stärkt das IBM Portfolio für Enterprise Marketing Management in punkto Marketing-Automation und Customer Engagement  
Mit der Übernahme von Silverpop baut IBM das Lösungsportfolio für Enterprise Marketing Management weiter aus. IBM hat einen Vertrag zur Übernahme des US-amerikanischen Anbieters von Cloud-basierten Lösungen für die personalisierte Kundeninteraktion unterzeichnet. Die Übernahme soll im zweiten Quartal 2014 abgeschlossen werden. Details zu finanziellen Aspekten des Vertrags wurden nicht veröffentlicht.  
Der Schwerpunkt von Silverpop liegt auf der Automatisierung von Abläufen im Marketing und auf Personalisierung in Echtzeit. Mit der Integration dieser Lösungen bietet IBM künftig Unternehmen jeder Größenordnung - vom kleinen Startup bis zu globalen Konzernen - eine ergänzende Lösung für die Interaktion mit ihren Kunden. Die Silverpop Lösungen machen Omnichannel-Marketing noch einfacher und weniger aufwändig, weil sie Informationen zum Kunden liefern, eine intuitiv bedienbare Engine für die Interaktion mitbringen und die Personalisierung auf allen Stufen der "Customer Journey" unterstützen.  
Mehr als Segmentierung  
Personalisierte Ansätze bestimmen die Zukunft des Marketings. Vielen Marketingabteilungen fällt es jedoch schwer, über Basisaktivitäten wie die Segmentierung und Definition von Zielgruppen hinauszukommen und eine echte Personalisierung zu erreichen. Silverpop automatisiert die individuelle Kundeninteraktion auf Basis von freigegebenen Informationen zu den Kunden und den entsprechenden Web-, Social-Media-, E-Mail- und Mobile-Aktivitäten. So können Unternehmen die Interaktion optimieren, höhere Konversionsraten erreichen und die Profitabilität steigern.  
Die Einsatzmöglichkeiten solcher individueller Marketinglösungen reichen vom persönlich geprägten B2B-Geschäft bis hin zu komplexen B2C-Umgebungen mit hohem Volumen. So können beispielsweise Mobilfunkanbieter ihre Kunden, die sie als "Early Adopter" neuer Technologien identifiziert haben, ein neues Angebot für das derzeit aktuellste Smartphone unterbreiten, bevor ihr Vertrag ausläuft. Automobilzulieferer erfahren, wann die Lagerbestände beim Kunden sinken, und können auf dieser Basis zur rechten Zeit neue Angebote machen. Oder IT-Unternehmen erfahren, welche Kunden auf der Website aktiv waren, an Webinaren teilgenommen oder Whitepapers heruntergeladen haben, und können auf dieser Basis Kunden mit hohem Umsatzpotenzial identifizieren und prioritär mit individuellen Angeboten per E-Mail versorgen.  
Enterprise Marketing Management von A bis Z  
Die Silverpop-Kunden wie Mazda, Stonyfield Farm und Advanced Micro Devices bekommen nun Zugang zu den bewährten Marketing-Lösungen von IBM. Insgesamt umfasst die Kundenbasis der IBM Marketing-Lösungen mit der Übernahme von Silverpop nun mehr als 8.000 Unternehmen in über 50 Ländern.  
Silverpop fügt sich in die IBM Produktsuite für Enterprise Marketing Management (EMM) ein, eine integrierte Komplettlösung, die Unternehmen dabei unterstützt, werthaltige Kundenbeziehungen aufzubauen und das Marketing effizienter, profitabler und zeitgemäßer zu machen. Unternehmen, die die IBM EMM Suite einsetzen, erfahren mehr über die Bedürfnisse und Wünsche ihrer Kunden. Auf Basis dieses Wissens können sie einen relevanten und interaktiven Dialog mit ihren Kunden aufbauen - auf digitalen Kanälen genauso wie in sozialen Netzwerken und den klassischen Marketingkanälen. Die Software-Suite deckt alle Prozesse im Marketing ab, von der Optimierung der Customer Experience über Omnichannel-Marketing bis hin zur Optimierung der Preis- und Sortimentsgestaltung. Auch die Zusammensetzung des kompletten Marketing-Mix kann modelliert, bewertet und auf größtmöglichen Return-on-Investment hin optimiert werden.  
Weitere Informationen erhalten Sie auch unter: [www.ibm.com/software/info/silverpop](http://www.ibm.com/software/info/silverpop) sowie unter: [www.ibm.com/software/products/de/category/enterprise-marketing-management](http://www.ibm.com/software/products/de/category/enterprise-marketing-management)  
Über IBM  
Weitere Informationen über IBM Smarter Commerce finden Sie unter: [www.ibm.com/smarterplanet/us/en/smarter\\_commerce/overview/](http://www.ibm.com/smarterplanet/us/en/smarter_commerce/overview/)  
Kontaktinformation  
Beate Werlin  
Unternehmenskommunikation  
IBM Deutschland  
Social Business, Social Collaboration, Smarter Commerce  
+49 89 4504 1364  
+49 172 839 35 51  
Beate.Werlin@de.ibm.com  


## Pressekontakt

IBM Deutschland

71137 Ehningen

## Firmenkontakt

IBM Deutschland

71137 Ehningen

IBM gehört mit einem Umsatz von 95,8 Milliarden US-Dollar im Jahr 2009 zu den weltweit größten Anbietern im Bereich Informationstechnologie (Hardware, Software und Services) und B2B-Lösungen. Das Unternehmen beschäftigt derzeit 399.400 Mitarbeiter und ist in über 170 Ländern aktiv. Die IBM in Deutschland mit Hauptsitz bei Stuttgart ist die größte Landesgesellschaft in Europa. Mehr Informationen über IBM unter: [ibm.com/de/ibm/unternehmen/index.html](http://ibm.com/de/ibm/unternehmen/index.html)  
IBM ist heute das einzige Unternehmen in der IT-Branche, das seinen Kunden die komplette Produktpalette an fortschrittlicher Informationstechnologie anbietet: Von der Hardware, Software über Dienstleistungen und komplexen Anwendungslösungen bis hin zu Outsourcingprojekten und Weiterbildungsangeboten.