



XING individualisiert Marketing mit SAS

Soziales Netzwerk für berufliche Kontakte optimiert Multichannel-Marketing mit SAS Customer Intelligence

Heidelberg, 16. November 2015 - Bestandskunden-Marketing bei XING bedeutet: 9 Millionen Mitglieder im deutschsprachigen Raum, über 11.000 automatisierte sowie 400 manuell gesteuerte Kampagnenaussendungen pro Jahr. Das soziale Netzwerk setzt dabei auf Analytics von SAS, einem der weltgrößten Softwarehersteller, um eine individualisierte Interaktion mit den Kunden zu realisieren. Die Ergebnisse zeigen, dass individuell getriggerte, personalisierte E-Mails im Vergleich mit konventionellen E-Mail-Kampagnen bis zu 100 Prozent höhere Klickraten erreichen.

"Im Multichannel-Marketing sind uns zwei Perspektiven wichtig: Einerseits soll der Kunde natürlich auf das richtige Produkt zum richtigen Zeitpunkt über den richtigen Kanal zum richtigen Preis aufmerksam gemacht werden. Dabei gilt es andererseits die Komplexität für den einzelnen Marketingmanager möglichst zu reduzieren und Überschneidungen zu minimieren, um schnell und flexibel agieren zu können", erklärt Gerret Braren, Marketing Technology & Processes Manager bei XING. Das Hamburger TecDAX-Unternehmen nutzt dafür Analytics-Werkzeuge von SAS: "SAS Customer Intelligence ist für uns die Schaltzentrale für sämtliche Aktionen in der Marketingkommunikation", so Braren. Hier erfolgt die Selektion der Zielgruppe, hier werden Kampagnen gesteuert und initiiert, und von hier aus sind mehrere Kanäle ansteuerbar. Bei XING sind das im Wesentlichen E-Mails, aber auch Kommunikationsflächen auf der Website oder im Newsletter. Responsedaten fließen dann zurück ins Data Warehouse und von dort aus zu SAS Customer Intelligence. So entsteht ein geschlossener Kampagnenkreislauf.

"Wir freuen uns sehr, dass mit XING einer der großen Player unter den sozialen Netzwerken auf unsere Technologie vertraut", so Andreas Heiz, Director Customer Intelligence bei SAS. "Das zeigt auch, dass insbesondere in anspruchsvollen, personalisierten Multikanal-Marketing modernste Analytics gebraucht werden. Der Erfolg von XING weist hier den Weg."

circa 2.000 Zeichen

Pressekontakt

Dr. Haffa & Partner GmbH

Herr Ingo Weber
Burgauerstr. 117
81929 München

haffapartner.de
postbox@haffapartner.de

Firmenkontakt

SAS Institute GmbH

Herr Thomas Maier
In der Neckarhelle 162
69118 Heidelberg

sas.de
thomas.maier@ger.sas.com

SAS ist weltweit Marktführer im Bereich Analytics und mit 3,09 Milliarden US-Dollar Umsatz einer der größten Softwarehersteller. In Deutschland hat SAS im vergangenen Jahr 134,3 Millionen Euro Umsatz erzielt. Kunden an mehr als 75.000 Standorten setzen innovative Analytics-, Business-Intelligence- und Datenmanagement-Software und -Services von SAS ein, um schneller bessere Geschäftsentscheidungen zu treffen. Seit 1976 verschafft SAS Kunden rund um den Globus THE POWER TO KNOW.

Mit SAS entwickeln Unternehmen Strategien und setzen diese um, messen den eigenen Erfolg, gestalten ihre Kunden- und Lieferantenbeziehungen profitabel, steuern in Echtzeit die gesamte Organisation und erfüllen regulatorische Vorgaben.

Firmensitz der US-amerikanischen Muttergesellschaft ist Cary, North Carolina. SAS Deutschland hat seine Zentrale in Heidelberg und weitere Niederlassungen in Berlin, Frankfurt, Hamburg, Köln und München. Weitere Informationen unter http://www.sas.com/de_de/company-information.html.

Anlage: Bild

