Ganzheitliche Marketingservices für den Handel: SAS und defacto.x schließen strategische Partnerschaft

defacto.x setzt auf die integrierte Marketing-Management-Lösung von SAS zur eigenständigen Vermarktung

Heidelberg ---- SAS, einer der weltgrößten Softwarehersteller, und defacto.x, Agentur für CRM & Dialog, schließen eine strategische Partnerschaft. defacto.x bietet künftig seinen Kunden die integrierte Marketingplattform von SAS über ihr Dienstleistungsportfolio an und vermarktet diese eigenständig gegenüber bestehenden und neuen Kunden. Offizieller Start für die Kooperation war im Oktober 2012. Die beiden Unternehmen sehen in der Kombination von Fullservice-Marketingdienstleistungen und leistungsstarker Marketingsoftware eine strategisch wichtige Kompetenz und einen zentralen Wettbewerbsfaktor für Handelsunternehmen. Die Kooperation mit defacto.x ist für SAS ein wichtiger Schritt im Rahmen seiner Partnerstrategie: SAS als führender Anbieter von Marketing- und Kundenmanagementlösungen fand mit defacto.x einen Partner, der in seiner Branche und dem Spezialgebiet CRM und Dialogmarketing über herausragende Expertise verfügt.

defacto.x bietet die gesamte Bandbreite an Leistungen für alle Bereiche des Marketings an. Dazu zählen Kundenmanagement, Loyalitäts- und Kundenbindungsprogramme sowie Ende-zu-Ende-Kampagnenmanagement und analytisches Customer Relationship Management (aCRM). defacto.x unterstützt seine Kunden via Business Process Outsourcing in all diesen Bereichen. Für diese Services setzt defacto.x nun Marketingplattform von SAS ein. SAS wiederum stärkt mit der Kooperation seine Präsenz im Retail-Markt. Der Softwarehersteller zählt bereits große Handelsunternehmen zu seinen Kunden. Von der Kooperation profitieren insbesondere Händler, die ihre Marketingaktivitäten an Dienstleister auslagern wollen. Gerade hier ist die SAS Lösung für das Kundenmanagement von großem Vorteil, unterstützt sie hier insbesondere das defacto.x-Leistungsportfolio.

Im Rahmen einer zweijährigen Pilotphase haben SAS und defacto.x bereits einige erfolgreiche Projekte bei gemeinsamen Kunden realisiert, unter anderem für Karstadt und Sportscheck.
Im Handel wächst das Bewusstsein für die Bedeutung von intelligentem Kundenmanagement mit Fokus auf Effizienz- und Effektivitätssteigerung: Laut der Studie "Wettbewerbsfaktor Analytics" von SAS und der Universität Potsdam sehen 100 Prozent der befragten Handelsunternehmen einen klaren Zusammenhang zwischen der Nutzung von Geschäftsdaten und dem Erreichen von Wettbewerbsvorteilen. Die Marketinglösung von SAS bietet den Kunden von defacto.x und SAS hohe Flexibilität bei sich ändernden Kundenanforderungen und adressiert damit eine wesentliche strategische Herausforderung des Handels in den kommenden Jahren. Wertorientierte Kundenansprache in ganzheitlichen Marketingprozessen spielt dabei eine zentrale Rolle. Auch defacto.x selbst schätzt die Bedeutung von analytisch gesteuerter Kundenansprache für das eigene Unternehmen hoch ein und hat erst kürzlich ein unternehmensinternes Kompetenzzentrum für Marketing Automation und Analytics errichtet.

"Die Zusammenarbeit zwischen SAS und defacto.x ist aus unserer Sicht ideal, da beide Partner komplementäre Dienstleistungen anbieten und sich hervorragend ergänzen", kommentiert Wolf Lichtenstein, Geschäftsführer von SAS Deutschland. "Die dynamischen Veränderungen im Handel haben bei vielen Unternehmen der Branche ein Bewusstsein dafür geschaffen, dass sie die Analyse von Daten bei der Kundenansprache entscheidend weiter bringt - und sie damit gleichzeitig Personal und Kapital effizienter einsetzen können. Wir sind überzeugt, das die Kombination von führender Marketingmanagement-Software mit der über 20-jährigen Expertise von defacto.x als Marketingdienstleister ein hochinteressantes Angebot für Handelsunternehmen ist und auch entsprechend erfolgreich sein wird."

"Wir freuen uns sehr über die Kooperation mit unserem Partner SAS, der aus unserer Sicht über die besten Lösungen fürs Marketing Management am Markt verfügt. SAS ergänzt nahtlos unser Portfolio an Service- und Software-Lösungen, allen voran die defacto.x Loyalty Suite", ergänzt Marcus Wailersbacher Geschäftsführer der defacto marketing GmbH. "Damit können jetzt auch Unternehmen, die ihr Marketing im Outsourcing-Modell betreiben, von hochwertigen und langjährig bewährten SAS Lösungen profitieren. SAS war auch deshalb unser Wunschpartner, weil das Unternehmen bereits seit vielen Jahren mit Handelsunternehmen zusammenarbeitet und deren Bedarf und Anforderungen genau kennt."

Diesen Text finden Sie auch im Internet unter http://www.haffapartner.de/publicrelations-presseservice/kunden-haffa/sas/27-11-2012.html.

Über defacto.x
defacto.x, Agentur für CRM und Dialog, deckt die gesamte Bandbreite an Leistungen im Kundenbeziehungsmanagement und Dialogmarketing ab. Als Full-Service-Anbieter bündelt die Agentur analytisches, kreatives und operatives Know-how und liefert ein nach den individuellen Kundenbedürfnissen zusammengestelltes Leistungspaket. Mit ihren Business Units consulting, aCRM, kreativ, research, bpo (Business Process Outsourcing), IT und digital ist defacto.x weltweit in 65 Märkten in den unterschiedlichsten Branchen tätig.

Pressekontakt

Dr. Haffa & Partner GmbH

Frau Claudia Wittwer
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 mit 2,725 Milliarden US-Dollar Umsatz einer der größten Softwarehersteller der Welt. Im Business-Intelligence-Markt ist der unabhängige

Anbieter von Business-Analytics-Software führend. Die SAS Lösungen für eine integrierte Unternehmenssteuerung helfen Unternehmen an weltweit mehr als 60.000 Standorten dabei, aus ihren vielfältigen Geschäftsdaten konkrete Informationen für strategische Entscheidungen zu gewinnen und damit ihre Leistungsfähigkeit zu steigern.

Mit den Softwarelösungen von SAS entwickeln Unternehmen Strategien und setzen diese um, messen den eigenen Erfolg, gestalten ihre Kunden- und Lieferantenbeziehungen profitabel, steuern die gesamte Organisation und erfüllen regulatorische Vorgaben. 96 der Top-100 der Fortune-500-Unternehmen vertrauen auf SAS.

Firmensitz der 1976 gegründeten 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.de.