



SAS ist Leader im Magic Quadrant für Integriertes Marketingmanagement

Heidelberg ---- SAS, einer der weltgrößten Softwarehersteller, wird vom Marktforschungsunternehmen Gartner in seinem aktuellen Report "Magic Quadrant für Integrated Marketing Management" (IMM) (<http://www.gartner.com/technology/reprints.do?id=1-1MH4HLT&ct=131101&st=sb>) erneut als Leader geführt. Gartner würdigt dabei insbesondere die Fähigkeit zur operativen Umsetzung und die umfassende Vision von SAS.

Mit der Positionierung als Leader zählt Gartner SAS zu den Anbietern, die eine besonders umfassende Breite und Tiefe an Funktionalitäten für integriertes Marketing zur Verfügung stellen können. Die in diesem Quadranten angesiedelten Unternehmen zeichnen sich dadurch aus, dass Kunden sie als bevorzugten Anbieter sehen und ihre Lösungen als Plattform für die Unterstützung der meisten Marketingrollen und -funktionen nutzen.

"Die Positionierung von SAS im Leader-Quadranten belegt einmal mehr den Wert, den wir unseren Kunden mit unseren Lösungen bieten", erläutert Roland Brezina, Head of Competence Center Customer Intelligence bei SAS Deutschland. "Für SAS steht an vorderster Stelle das Ziel, die Interaktion zwischen Unternehmen und ihren Kunden zu optimieren. Um die Verbraucher im digitalen Zeitalter zufriedenzustellen, ist es unbedingt erforderlich, sie ganz zielgerichtet mit differenzierten Botschaften anzusprechen, und wir schaffen mit unseren Lösungen die Voraussetzung dafür."

SAS Customer Intelligence (<http://www.sas.com/offices/europe/germany/software/customer-intelligence/overview.html>) umfasst vier erfolgreiche Marketing-Analytics-Lösungen - SAS Marketing Automation, SAS Marketing Optimization, SAS Real-Time Decision Manager und SAS Digital Marketing - und hilft Marketiers heute, Kundenbeziehungen effektiv über alle Kanäle hinweg zu verwalten. Darüber hinaus wurde SAS von Gartner auch zum Leader in den Bereichen CRM Multichannel Campaign Management sowie Marketing Resource Management (<http://www.sas.com/offices/europe/germany/press/pm120213.html>) ernannt. Das Unternehmen bietet eine umfassende Suite an integrierten Enterprise-Marketing-Lösungen, die - neben den bereits erwähnten - unter anderem folgende Lösungen umfasst: SAS Adaptive Customer Experience, SAS Marketing Operations Management und SAS Intelligent Advertising for Publisher.

circa 2.100 Zeichen

Diesen Text finden Sie auch im Internet unter <http://www.haffapartner.de/publicrelations-presseservice/kunden-haffa/sas/15-11-2013.html>.

Pressekontakt

Dr. Haffa & Partner GmbH

Herr Sebastian Pauls
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 2,87 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 65.000 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. 90 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>.

Anlage: Bild

