

Social Media Tracking: Coremetrics bietet ROI-Auswertung für Facebook

Coremetrics Impression Attribution verbindet Click-Through und View-Through-Aktivitäten auf Facebook mit Online-Käufen, Bestellungen und Konversionen

Hamburg, März 2010 – [Coremetrics](#), einer der führenden Anbieter von Online-Marketing-Optimierungslösungen, bietet seinen Kunden ab sofort neue Erweiterungen für Social Media Tracking. Mit der aktuellen Version von [Coremetrics Impression Attribution™](#) können Marketing-Entscheider auswerten, wie die eigene Facebook-Unternehmensseite sowie Werbung auf Facebook den Geschäftserfolg beeinflussen (z. B. in Bezug auf Verkaufszahlen im Webshop, die Anzahl der Bestellungen sowie Konversionen auf der Webseite).

Coremetrics Impression Attribution verknüpft die einzelnen Besuche auf einer Facebook-Fan-Seite, das Betrachten von Display-Werbung in Facebook sowie die Benutzerinteraktion mit Facebook-Apps mit nachfolgenden Webshop-Besuchen, dem Benutzerverhalten und Konversionen eines Nutzers. Marketing-Entscheider können auf diese Weise Einblick in den ROI (Return on Investment) ihrer Facebook-Werbekampagnen gewinnen. Dabei können sie selbst festlegen, welche Informationen sie sammeln und auswerten wollen – von einfachen demografischen Informationen (z. B. Alter, Geschlecht, Wohnort) über Aktivitätsindikatoren (z. B. Anzahl der Fan-Seiten-Besuche, Interaktionen) bis hin zu differenzierten Attributierungs-Maßeinheiten. Wie alle Coremetrics Lösungen lässt sich auch das neue Impression Attribution nahtlos in die [Coremetrics Continuous Optimization Platform™](#) integrieren.

Im Gegensatz zu bisherigen Analyse-Technologien erfasst Impression Attribution die Click- und View-Through-Aktivitäten und liefert so ein umfassendes Profil der Benutzeraktivitäten. View-Through erfasst dabei die Szenarien, in denen Nutzer die Facebook-Seite besuchen und zu einem späteren Zeitpunkt über andere Marketing-Kanäle (SEO, E-Mail etc.) auf der Webseite des Werbungstreibenden (z. B. des Webshop-Betreibers) landen. In diesen Fällen wertet Impression Attribution den Besuch auf der Facebook-Seite als wichtigen Faktor für den Webseitenbesuch.

Die gesamte Datenerfassung erfolgt in Übereinstimmung mit den Geschäftsbedingungen von Facebook. Sie unterliegt darüber hinaus den allgemeinen Datenschutzbestimmungen sowie den individuell festgelegten Privatsphäre-Einstellungen eines jeden Benutzers.

„Kaum ein anderes soziales Netzwerk ist so weit verbreitet wie Facebook. Daher ist es entscheidend zu wissen, wie Kunden mit diesem Medium interagieren und welchen Einfluss das auf die eigene Online-Präsenz hat“, erklärt Roland Markowski, Geschäftsführer der Coremetrics GmbH. „Daneben müssen Marketing-Kampagnen auf Facebook – wie alle anderen Marketing-Maßnahmen – ihre strategische Relevanz und Wirksamkeit unter Beweis stellen. Da Menschen mit Marken auf unterschiedliche Weise und über verschiedene Kanäle interagieren, muss eine aussagekräftige ROI-Messung unserer Ansicht nach, eine umfassende 360°-Sicht auf den Kunden zu Grunde legen und dabei natürlich auch einflussreiche Medien wie Facebook einschließen.“

Über Coremetrics

Coremetrics ist in der Online-Marketingoptimierung einer der führenden Anbieter und hilft Unternehmen weltweit, ihr Online-Marketing konsequent zu verbessern, um ihren Kunden immer und überall das richtige Angebot zu machen - und das automatisch. Über 2.100 Online-Marken optimieren heute mithilfe der Software as a Service (SaaS)-Lösung von Coremetrics ihr Online-Marketing. Die integrierten Marketingoptimierungslösungen von Coremetrics umfassen personalisierte Empfehlungen in Echtzeit, E-Mail-Targeting, zielgerichtete Anzeigenwerbung in führenden Werbenetzwerken und Gebotsmanagement für Suchmaschinen. Die Lösungen des Unternehmens werden über eine einzigartige Online-Analyseplattform bereitgestellt, die Kundenbedürfnisse vorhersagt, Marketingentscheidungen in Echtzeit automatisiert und Informationen in alle Online-Marketingkanäle integriert.

Das Unternehmen befindet sich in privater Hand und wird von Accel Partners, FTV Capital, Highland Capital Partners und W 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 umfassenden Online-Datenschutz seit seiner Gründung. Weitere Informationen finden Sie unter <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
Hornstraße 92-94
50823 Köln
Tel: +49 (0) 221 88046 430
Fax: +49 (0) 221 88046 200
E-Mail: magoley@rheinfaktor.de

Belegexemplare erbeten. Abdruck honorarfrei.