



Responsys zeigt erfolgreiches New School Marketing-Konzept auf der Interact 2012 EMEA

Interaktives Marketing-Event mit Sprechern von B&Q, Lufthansa, Mothercare, RS Components, Saxo Bank, The Daily Mail, TomTom und Waitrose

München – 26. Juni 2012 – [Responsys, Inc.](#), ein führender Anbieter von [E-Mail- und Cross-Channel-Marketing-Lösungen](#), veranstaltet die [Responsys Interact 2012 EMEA](#), ein Event für interaktive Marketing-Fachleute, die Umsatz und Interaktion über die Kanäle E-Mail, Mobile, Social, Web und Display steigern wollen. Die Responsys Interact 2012 EMEA findet am 28. Juni 2012 im Lancaster Hotel in London statt. Die Registrierung ist unter <http://responsys.com/Interact2012EMEA/> möglich.

Neben dem fünfmaligen Olympiasieger im Rudern, Sir Steve Redgrave, CBE (Commander of the Order of the British Empire), werden Sprecher von Forrester Research und großen britischen sowie europäischen Unternehmen vor Ort sein, darunter Lufthansa, The Daily Mail, TomTom und Waitrose. Für mehr als 400 erwartete Gäste wird auf dem Event die Vision von Responsys zu Marketing-Strategien rund um die Nutzung der interaktiven Kanäle E-Mail, Mobile, Social, Web und Display erläutert.

Neben Praxisbeispielen zur effizienteren Nutzung der Online-Kanäle, werden auch folgende Konzepte vorgestellt:

- **Die Prinzipien des New School Marketing** – „Old School“-Medien wie Radio und Print werden heute von neuen interaktiven Kanälen unterstützt. Auf der Responsys Interact 2012 EMEA wird Marketing-Experten gezeigt, wie sie Kapital aus diesen neuen wichtigen Kanälen schlagen und sie den digitalen Kundenlebenszyklus für sich nutzen können. Weiterhin wird präsentiert, wie Unternehmen ihre Budgets anpassen und gleichzeitig Prozesse und Fähigkeiten ausbilden können, um Interaktion und Umsatz zu steigern.

- **Cross-Channel-Lifecycle-Marketing** – Heute haben Verbraucher viel mehr Informationsmöglichkeiten als früher und sie können selbst entscheiden wie und wann sie Mitteilungen von ihren Lieblingsmarken bekommen möchten. Daher erwarten sie von diesen Unternehmen nur relevante und gezielte Nachrichten zu erhalten. Auf der Responsys Interact 2012 EMEA geben Marketing-Fachleute Beispiele, wie integrierte Cross-Channel-Kampagnen die Loyalität erhöhen und die Konversion im interaktiven Kundenlebenszyklus ankurbeln.
- **Anwenderbeispiele** – Führende britische Unternehmen stellen ihren Lösungsansätze vor und zeigen, wie sie digitale Kanäle nutzen, um mit Verbrauchern zu interagieren und Konversionsraten zu steigern.
- **Responsys Power User werden** – Responsys zeigt, wie Technologien genutzt werden können, um mithilfe der Kundendaten automatisierte Kampagnen zu steuern und gezielte, relevante sowie personalisierte Informationen an Kunden zu schicken.

„Verbraucher sind heutzutage besser vernetzt als je zuvor und sie verbringen durchschnittlich etwa 28 Stunden im Monat im Internet¹. Um eine langfristige Kundenbeziehung aufzubauen, müssen Marketing-Experten deshalb Fähigkeiten, Budgets und Kernkompetenzen für die Kanäle, die Verbraucher heute nutzen, überdenken“, sagt Simon Robinson, Senior Director of Marketing and Alliances, Responsys EMEA. „Responsys Interact 2012 EMEA unterstützt Marketing-Fachleute dabei, die sich verändernde Medienlandschaft zu verstehen und digitale Neuerungen einzusetzen – mithilfe des New School Marketing-Konzepts und Anwenderberichten.“

###

Über Responsys

Responsys ist ein weltweit führender Anbieter für E-Mail- und Cross-Channel-Marketing-Lösungen, mit denen Marketingverantwortliche Relationship-Marketing entlang der zentralen interaktiven Kanäle E-Mail, Mobile, Social, Display und Web realisieren. Mit Responsys-Lösungen können Marketingverantwortliche dynamische Kampagnen und Kundenlebenszyklus-Programme erstellen, durchführen und automatisieren. So steigern sie ihren Umsatz sowie die Effizienz des Marketings und stärken zugleich die

¹ comScore Internet Usage in Europe report, February 2012:
http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2012/4/Nearly_Half_of_European_Online_Audience_Visit_Sports_Sites

Loyalität der Konsumenten. Responsys steht für die Vision von New School Marketing und bietet mit seiner On-Demand Software und seinen erfolgsorientierten Dienstleistungen mehr Return on Investment (ROI), höchsten Automatisierungsgrad und die schnellste Wertschöpfung. Responsys wurde 1998 gegründet. Neben dem Hauptsitz der Firma in San Bruno, Kalifornien, gibt es Niederlassungen in der ganzen Welt. Die Deutschlandzentrale befindet sich in München. Auf Responsys vertrauen führende internationale Marken wie: Avis Europe, Continental Airlines, Deutsche Lufthansa, Epson, LEGO, LinkedIn, Qantas und Southwest Airlines. Besuchen Sie [responsys.com](https://www.responsys.com) für weitere Informationen.

Kontakt zu Responsys über die sozialen Medien:

- Responsys auf Facebook - <https://www.facebook.com/Responsys>
- @responsys auf Twitter - <https://www.twitter.com/Responsys>
- Responsys auf LinkedIn - <http://www.linkedin.com/company/responsys>

Pressekontakt:

Silke Rossmann / Paula Landes
Hotwire für Responsys
069 21 66 93 21 / -31
Silke.rossmann@hotwirepr.com
Paulina.landes@hotwirepr.com