

Persönliche Bilder auch mobil

Eine neue I-Phone-App verwandelt kurze Texte in personalisierte Bilder. Die kostenlose Applikation wurde von Deutsch Technologies entwickelt und ist ab sofort im App-Store erhältlich. Die App bietet eine Auswahl an verschiedenen Motiven und läuft unter dem Namen »Krasms«. Auch eigene Bilder können verschickt werden. Für die Anwendung auf Facebook hat das Unternehmen zudem »Directype Message« entwickelt, eine Software, mit deren Hilfe Statusmeldung und Pinnwandeinträge gestaltet werden können. «



Damit die Bilder nicht mehr nackt sind, gibt's jetzt eine kostenlose App.

Adage nennt digitale Trends 2012

Freddie Laker, Director of Digital Strategy bei Sapient, hat einen Blick in die Zukunft von Social Media geworfen. Unter anderem prognostiziert er auf Adage.com einen radikalen Wandel im Kundenbeziehungsmanagement.

Erster Trend: Immer mehr Menschen werden bereit sein, persönliche Informationen über sich preiszugeben, auch gegenüber Firmen. Zudem sollen soziale Netzwerke dezentraler werden. Ansätze dazu zeigen sich bereits bei Facebook Connect etc.

Auch Google Wave prophezeit der Sapient-Mann großes Zukunftspotenzial. Die Tatsache, dass sowohl Google als auch Bing auf Real-Time-Ergebnisse setzen, soll darüber hinaus die Interaktion der User mit Suchmaschinen verändern. Die Suchergebnisse könnten individueller werden. Als weiteren Trend sieht Laker, dass Content-Aggregatoren wichtiger werden. Außerdem: Öffentlich zu-

gängliche Informationen aus sozialen Netzwerken werden das Kundenbeziehungsmanagement verändern, nicht nur im B2C-Bereich. Theoretisch kann man vor jeder Ansprache in den gängigen Netzwerken nachsehen, womit

sich der Kunde gerade beschäftigt. Zudem werden nach Ansicht von Laker immer mehr Unternehmen auf ihren eigenen Websites User-Feedback und -Bewertungen zulassen, selbst wenn diese kritisch ausfallen. Damit einher geht ein erhöhter

Bedarf an Kundenpflege im Social Web. Wenig überraschend fehlt bei den Trends für das Jahr 2012 auch das semantische Web nicht. Suchmaschinen sollen künftig die besten Ergebnisse für jeden User antizipieren, basierend auf ihrem Wissen über den jeweiligen Menschen. Mehr zu den Trends lesen Sie hier: http://adage.com/digitalnext/post?article_id=143145. «

Das ABC effizienter Mailings

- Erfolgreiche Kampagnen
- Neukunden gewinnen
- Geschäftserfolg ausbauen

Jetzt den **D&B Direct Marketing Guide** mit nützlichen **Tipps und Tricks** kostenlos anfordern unter www.adressen-weltweit.de



Decide with Confidence

M+M wird 100

Am 1. April 2010 hatte die Meyle + Müller GmbH & Co. KG Grund zum Feiern. 100 Jahre war es an diesem Tag her, dass Eugen Meyle und Karl Müller ihre Firma in Pforzheim gegründet haben. Der Dienstleister, der sich mittlerweile seit vier Generationen in Familienbesitz befindet, konzipiert und betreibt moderne Systeme für die Erstellung und Pflege von Werbemitteln und Publikationen – Grundlage für eine effiziente Multichannel-Medienproduktion in den Bereichen Print, Online und Mobile. In Pforzheim und an weiteren sieben Standorten sind insgesamt fast 190 Mitarbeiter beschäftigt. Darüber hinaus betreibt Meyle+Müller zusammen mit dem Münchner Kooperationspartner W&Co Mediaservices in Bulgarien eine Produktionsfirma mit rund 200 Mitarbeitern. Weitere Informationen finden Interessierte auf einer speziellen Jubiläumsseite unter www.mm-100.de. «

Social-CRM-Tool

Der Bonner Technikanbieter Artecig hat mit Elaine Five jüngst ein CRM-Tool für Social-Network-Marketing entwickelt. Die neue Anwendung soll den Kunden in den Mittelpunkt des Social-Network-Marketings stellen. Dabei geht es vor allem um eine frühe Identifikation von Kundenkontakten, die Generierung von Leads sowie die Auswertung und Nutzung der gesammelten Informationen im System.

Erfasst werden dabei auch anonyme Profile, die anschließend in eine spezielle E-CRM-Systematik gebracht werden. Dadurch sollen so früh wie möglich Daten zur Analyse und Individualisierung der Lead-Generierung gesammelt und so Echtzeitfähigkeit und Effizienz von Maßnahmen im Kundenbeziehungsmanagement in sozialen Netzwerken erhöht werden. Bislang nutzen die Unternehmen die Möglichkeiten, die Facebook, Twitter, Myspace und Co. ihnen bieten, überwiegend zur einseitigen Informationsvermittlung. «