

RSS Nutzung wächst rasant: iRSS
Fingerprinting Technologie macht RSS-
Feeds personalisierbar,
individualisierbar und statistisch
umfassend auswertbar

E-CRM Anbieter artegic stellt neue Version
des ELAINE iRSS Marketing Servers auf
den Mailingtagen 2008 vor

Browser, persönliche Webstartseiten, Podcasts oder
Widgets - immer mehr Anwendungen nutzen das
standardisierte XML-Format RSS zum Austausch von
Informationen. Dadurch steigt auch die Anzahl der
Personen, die durch die bewusste oder unbewusste
Nutzung von RSS über diesen Kanal erreichbar werden. So
nutzen gemäß einer aktuellen Studie von
AvenueA/Razorfish bereits über 50 Prozent der Online
User wissentlich oder unwissentlich RSS. Bislang jedoch
bleiben diese Anwender unbekannt und für das Marketing
kaum zielgerichtet erreichbar. Unternehmen entgehen so
wichtige Informationen über die Akzeptanz und Nutzung
ihrer RSS-Angebote sowie die Möglichkeit RSS-Feeds
individuell an die Wünsche der Abonnenten anzupassen.

Auch die Vermarktung von RSS-Angeboten ist ohne
Kenntnis der Reichweite und der Erfolgskennzahlen kaum
möglich.

Abhilfe leistet die Online Direct Marketing-Software ELAINE (www.elaine.de), die erste Standard-Software für 1:1 RSS-Marketing. Die Software-Lösung wird auf den Mailingtagen 2008 in einer neuen, erweiterten Version vorgestellt. ELAINE erlaubt die individuelle, personengenaue, personalisierte und vollständig messbare Bereitstellung von RSS-Feeds. Überarbeitet wurde im neuen Release die Verwaltung von RSS-Feeds aus externen Quellen wie Content Management Systemen sowie die iRSS Fingerprinting Technologie zur Nutzererkennung. Das System ermöglicht es nun, bestehende RSS-Feeds einzubinden und diese für jeden Abonnenten je nach Interesse individuell und neu zusammengesetzt bereitzustellen. Über eine präzise Messung der Nutzung können u.a. Aktivität der Nutzer, Klicks, Interessen und Conversions gemessen und für die künftige Zusammenstellung der Feeds in Form von Nutzer-Profilen berücksichtigt werden.

"ELAINE iRSS erschließt das populäre RSS-Konzept für die Anwendungen des Marketings" so Stefan von Lieven, Vorstand Marketing und Vertrieb der artegic, "Insbesondere können valide Aussagen über Reichweite, Nutzungsverhalten und den Erfolg von RSS-Feeds getroffen werden und die Inhalte zielgruppenspezifisch aufbereitet und optimiert werden."

Der ELAINE RSS Server kann auf der Branchenmesse Mailingtage in Nürnberg am 18. und 19. Juni 2008 auf dem Stand des E-CRM Anbieters artegic AG (www.artegic.de) (Halle 4/4-711) live getestet werden.

**Frei zur sofortigen Veröffentlichung – Bei Abdruck Beleg
erbeten. Zeichen: 2562 m. Leerzeichen**

Pressekontakt:

artegic AG

Dreizehnmorgenweg 40-42

53175 Bonn

Herr Stefan von Lieven

Tel: +49(0)228 22 77 97- 23

Fax: +49(0)228 22 77 97- 900

E-Mail: pr@artegic.de

Über RSS:

RSS (Really Simple Syndication) ist ein Sammelbegriff für plattformunabhängige und auf XML basierende Dateiformate zum Austausch von Inhalten. Eingesetzt wird RSS vor allem zur Bereitstellung von Website-News, welche mit gängigen Browsern und speziellen RSS Abrufprogrammen automatisiert abgerufen werden können ohne die Website aktiv zu besuchen. Als einfaches Format findet RSS in immer neuen Anwendungen zum automatisierten Bezug von Informationen Verwendung. Besondere Vorteile bietet RSS in der Nutzung auf mobilen Endgeräten. Insgesamt bekannteste Anwendung von RSS ist das Podcasting, bei welchem MP3 Audiodateien als Inhalte verteilt werden.

Über die artegic AG:

Die artegic AG ist Beratung und Technologieanbieter für digitales Dialogmarketing. Im Zentrum steht die Erhöhung der Loyalität und Profitabilität von Kundenbeziehungen in Online-Kanälen auf Basis übergreifender analytischer Nutzerprofile (Customer Intelligence).

Mit rund 40 Mitarbeitern an den deutschen Standorten Bonn und Köln entwickelt artegic kundenspezifische eCRM-Strategien und realisiert diese über E-Mail-, RSS-, Rich-Media- und Mobile-Marketing.

artegic greift dabei als assoziiertes Unternehmen auf das Know-how der Fraunhofer Gesellschaft zurück, sowie auf die Expertise aus langjährigen Best-Practices mit namhaften Kunden wie RTL, Schlecker, EMI Music, sowie den Bundesministerien der Finanzen und der Justiz.