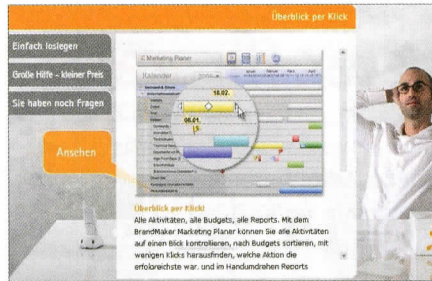


Webbasierter Marketing-Planer

Prozesse zu optimieren, ist klares Ziel eines jeden Marketers. Wer bei der Planung, Budgetierung, Umsetzung und Auswertung eigener Marketingmaßnahmen unterstützend auf eine webbasierte Marketing-Planungs-Software setzen will, für den bietet BrandMaker mit dem Online-Marketing-Planer eine Lösung.

Dieser ist intuitiv bedienbar und soll stets einen aktuellen Überblick über Maßnahmen, Aufgaben, Termine und Budgets bieten. Marketer können dabei neue Aktionen und ihre Zeitleisten per Drag&Drop im übersichtlichen Kalender anlegen. Neben Zeitraum und Inhalten lassen sich auch Aufgaben, Meilensteine, Dateianhänge und Budgetdaten direkt mit einer bestimmten Maßnahme verknüpfen und sind per Mausklick detailliert einsehbar. Durch die zentrale,



Wer den Online-Marketing-Planer kennenlernen möchte, kann ihn 30 Tage lang kostenlos testen – unter www.marketing-zeitmaschine.de.

ganzheitliche Datenhaltung des Marketing-Planers ist laut Anbieter jeder stets auf dem aktuellsten Stand, jede Änderung wird in Echtzeit für alle transparent. Eine Verkürzung der Planungs- und Reaktionszeiten soll so ermöglicht werden. Auswertungen und Reports sind zudem auf Knopfdruck erstellbar. **dm**

Neue Software

Eine Kommunikationssoftware, die den Kundenservice mittelständischer und großer E-Commerce-Unternehmen in Verbindung mit der pixi* Warenwirtschaft des Softwareanbieters mad geniuses verbessern soll, ist jetzt erhältlich: die Feedback Manager pixi*-Edition des Systempartners Digital Guru GmbH & Co. KG. Diese soll E-Shopbetreibern ermöglichen, ein zentrales Kommunikationssystem zu nutzen, das den Kundenberatern neben der Kommunikation über Brief, Fax oder E-Mail auch die aktuelle Ansicht zur Rechnungs- und Lieferstatus der Kundenware gewährleistet. Dadurch sollen Kommunikation und Bestellablauf des E-Commerce-Händlers in einer Anwendung optimal integriert werden. Zu den pixi*-Kunden gehören unter anderem Fahrrad.de und planet sports.de. **dm**

ANZEIGE

Siegfried Vögele Institut ¹⁾

Internationale Gesellschaft für Dialogmarketing mbH

„Neuromarketing? Geht das nicht auf die Nerven?“

Gewinnen Sie Erkenntnisse – und Kunden.

Mit Dialogmarketing-Wissen aus erster Hand: www.dialog-gewinnt.de

Werbung ist eine Wissenschaft für sich. Wer erfolgreich werben möchte, sollte sich diese Wissenschaft zunutze machen. Besser noch: Treten Sie mit der Wissenschaft in Dialog – in den Seminaren des Siegfried Vögele Instituts. Gewinnen Sie neue Perspektiven für Ihre Marketing-Strategie. Nutzen Sie dabei die Erkenntnisse der institutseigenen Forschung.