
Aktuelle Studie: Oracle Marketing Cloud hat führenden strategischen Ansatz aller Marketing-Plattformen in der Cloud

Veröffentlicht am: 06.04.2016, 10:29

Pressemitteilung von: **Oracle Deutschland // Volker Schmidt**

Marktforscher IDC präsentiert Ergebnisse einer vergleichenden Analyse der besten Marketing-Plattformen in der Cloud

Oracle Marketing Cloud ist "Leader" in der Dimension "Strategie" und unter den marktführenden Lösungen mit Blick auf die technologische Leistungsfähigkeit

IDC: "Oracle hat ein hochkarätiges Portfolio an Technologien und Partnerschaften zusammengestellt, das selbst für die innovativsten und komplexesten Anforderungen von Marketers und für die umfangreichsten Volumina über viele Jahre hinweg neue Maßstäbe setzen wird."

Das renommierte Marktforschungsinstitut IDC hat in seinem aktuellen "MarketScape"-Bericht verschiedene cloudbasierte Marketing-Plattformen auf ihre Leistungsfähigkeit und die ihnen zugrunde liegenden Strategien getestet. Das Ergebnis des Rankings: Die Oracle Marketing Cloud ist Vorreiter, was die strategische Ausrichtung der Plattformen anbelangt und eine der drei stärksten Lösungen, wenn es um die Performance der eingebundenen Technologien geht. Damit ist die Oracle Marketing Cloud eine der führenden Komplettlösungen auf dem Markt für cloudbasierte Marketing-Technologien.

Die Auswertung fußt auf einem umfassenden Katalog an Bewertungskriterien, anhand derer die Forscher das Erfolgspotenzial der verschiedenen Plattformen gemessen haben. Dazu zählten Kenngrößen zur Leistungsfähigkeit, aber auch Einschätzungen von Nutzern, inwieweit die Leistungen der einzelnen Plattformen ihren Erwartungen entsprachen. "Was die Oracle Marketing Cloud auszeichnet ist ihr breites Spektrum an Anwendungen, die zu den besten und innovativsten der Branche gehören - und zwar über die gesamte Customer Journey hinweg", erläutert Sebastian Fleischmann, Sales Director Germany bei Oracle Marketing Cloud. "Die Ergebnisse der IDC-Studie zeigen uns, dass wir mit unserem Ansatz auf dem richtigen Weg sind."

Insgesamt kommen die Autoren zu dem Schluss, dass immer weniger Marketingabteilungen ihr Technologie-Portfolio nach dem Baukastenprinzip selbst zusammenstellen. Die stetig wachsende Zahl an Kanälen, die Kunden heute nutzen, macht dieses Vorgehen immer komplexer und damit zeit- und kostenintensiver. Viele Marketing-Entscheider liebäugeln deshalb mit der Konsolidierung aller von ihnen genutzten Technologien in der Cloud. "Die Offenheit unserer Plattform macht diesen Wandel so leicht wie nie zuvor", erklärt Arne Petersen, Senior Sales Director Social und Marketing Cloud bei Oracle. "Die meisten Nutzer haben bereits eine Reihe an Technologien in ihrem Inventar, wenn sie sich dazu entschließen, in die Cloud zu wechseln. Diese lassen sich ganz einfach in die Oracle Marketing Cloud integrieren und um neue Funktionen erweitern."

Die Marketing Cloud von Oracle umfasst zehn der "Best of Breed" Marketing-Technologien, darunter Eloqua, Responsys und BlueKai. Seit August 2015 gehört zudem die Anwendung Maxymiser zum Portfolio, mit der sich digitale Marketingkampagnen schnell und einfach testen lassen und die auf dieser Grundlage eine Personalisierung von Content und Kundenansprache entlang der gesamten Customer Journey erlaubt.

Um die Zukunft des Marketings geht es auch bei der Fachkonferenz "Modern Customer Experience" von Oracle, die am 19. und 20. April 2016 in München stattfindet. Zahlreiche Experten aus namhaften Unternehmen, Medien und Wissenschaft diskutieren und demonstrieren, wie Kundenbindung im

digitalen Zeitalter erfolgreich gelingen kann.

Pressekontakt

Herr Volker Schmidt
PR-Beauftragter

Oracle Deutschland
Garmischer Straße 6
80339 München, Deutschland

Telefon: 08917959180
E-Mail: oracle-germany@bm.com
Website:

Firmenportrait

Oracle bietet ein umfassendes und vollintegriertes Portfolio von Cloud-Anwendungen und Platform Services.

Wichtiger Hinweis:

Für diese Pressemitteilung sowie das Bild- und Tonmaterial ist allein der jeweils angegebene Herausgeber verantwortlich. In der Regel ist dieser der Urheber der Presstexte sowie der angehängten Bild und Informationsmaterialien. Das TRENDKRAFT-Pressportal ist für den Inhalt dieser Pressemitteilung nicht verantwortlich und übernimmt keine Haftung für die Korrektheit oder Vollständigkeit der dargestellten Meldung. Die Nutzung von hier archivierten Informationen zur Eigeninformation und redaktionellen Weiterverarbeitung ist in der Regel kostenfrei. Vor der Weiterverwendung sollten Sie allerdings urheberrechtliche Fragen mit dem angegebenen Herausgeber klären. Eine systematische Speicherung dieser Daten sowie die Verwendung auch von Teilen dieses Datenbankwerks sind nur mit schriftlicher Einwilligung durch das TRENDKRAFT-Pressportal gestattet.

Des Weiteren beachten Sie bitte unseren Haftungsausschluss unter: <https://trendkraft.io/haftungsausschluss>