



## MEDIENINFORMATION

### **Social Media Advertising auf höchstem Niveau: Kenshoo und Hootsuite ermöglichen Unified Tracking und Attribution in sozialen Netzwerken und anderen digitalen Medien**

*Umsätze über organische Facebook-Posts steigern / Leistungsstarke Posts über gezielte Anzeigenplatzierungen verstärken*

**München, 06. Oktober 2015** – Ein besseres Verständnis für die Zuweisung und Optimierung von Ausgaben in Social Media-Werbung ermöglicht eine neue weltweite Partnerschaft zwischen [Kenshoo](#), weltweit führend im agilen Marketing, und [Hootsuite](#), die weltweit am häufigsten genutzte Social Media Relationship-Plattform. Kenshoo und Hootsuite wollen Werbetreibenden dabei helfen, die kombinierte Wirkung ihrer Paid und Owned Social Media Marketing-Aktivitäten besser zu verstehen, Budgets zuzuweisen und Kampagnen zu optimieren.

Mithilfe der [Infinity Suite™](#) von Kenshoo können Werbetreibende künftig neben Metriken für Paid Social Media-Aktivitäten und Aktivitäten aus anderen digitalen Kampagnen erstmals auch Traffic- und Konversionsdaten organischer Social Media-Aktivitäten beobachten, die von Hootsuite erfasst werden.

Marketer erfahren über diese neue Integration, wie sie die Performance von Owned Social Media-Ressourcen, also organische Aktivitäten wie Posts auf Facebook-Seiten, zusätzlich zu ihren bezahlten Social Media- und weiteren digitalen Aktivitäten gewinnbringend nutzen können – und zwar unabhängig vom Kampagnenziel, z.B. Umsatzsteigerung, Engagement oder anderen Zielvorgaben. Marken und Agenturen können beispielsweise einfacher leistungsstarke Seitenposts ausfindig machen und ihre Reichweite erhöhen, indem sie diese in Promoted oder Boosted Posts umwandeln.

Accor, weltweit bekannte Hotelkette und Marktführer in Europa, nutzt Kenshoo für die Verwaltung aller Werbekampagnen für Search und Social und Hootsuite für organisches Social Media. Die neue Integration wurde speziell für Kunden wie Accor gemacht – Datengetriebene Unternehmen, die besser verstehen möchten, wie organische Social Media-Aktivitäten unter dem Strich auf ihre Maßnahmen einwirken.

„Die Integration zwischen Hootsuite und Kenshoo ist für uns von unschätzbarem Wert, weil wir die Performance unserer organischen und bezahlten Social Media-Aktivitäten in einer Plattform tracken können. Anhand erster Tests sehen wir schon, wie wir mit den nützlichen Insights und Erkenntnissen unsere Kampagnen verfeinern und optimieren und so auch ihre Gesamtleistung verbessern können“, erklärt Romain Roulleau, Senior Vice President E-Commerce bei Accor.



„Mit dieser Integration schlagen Hootsuite und Kenshoo eine Brücke zwischen bezahlten und organischen Social Media-Ressourcen und unterstützen Werbetreibende bei der Umsetzung leistungsstarker Social Media-Strategien“, erklärt Kevin Zellmer, Global Director of Enterprise Business Development von Hootsuite. „Erfolgreiche organische Social Media-Aktivitäten können wichtige Informationen liefern und bezahlte Social Media-Kampagnen sinnvoll ergänzen und aufwerten. Wir freuen uns schon sehr darauf sind, diese wertvollen Erkenntnisse an unsere Kunden weiterzugeben.“

Mit Hootsuite und Kenshoo können Marketing-Teams für Paid and Owned Social Media Marketing in Echtzeit zusammenarbeiten, Erkenntnisse über die Performance von Werbung und organischem Social Media-Content austauschen, und die Wirkung bezahlter Kampagnen optimieren.

„Durch diese Integration sind Werbetreibende in der Lage, die Interaktionen eines Users mit einer Marke über Paid und Owned Social Media auf dem gesamten Konversionspfad zu verfolgen. Marken und Agenturen können Strategien und Taktiken von Kampagnen besser beurteilen, die User mit der stärksten Zielgruppenresonanz in den sozialen Netzwerken ermitteln und dieses Wissen nutzen, um eine bessere Bindung, mehr Konversionen und einen höheren ROI zu erzielen“, erklärt Rob Coyne, Geschäftsführer für EMEA bei Kenshoo.

Mehr über die neue Integration finden Sie online bei [Hootsuite](#) oder [Kenshoo](#).

**Über Kenshoo:** Kenshoo ist der weltweit führende Anbieter einer Lösung für agiles Marketing. Marken, Agenturen und Entwickler generieren über die Infinity Suite™ von Kenshoo durch Search, Social, Mobile und Display Advertising jährlich mehr als 300 Milliarden US-Dollar Umsatz für ihre Kunden. Kenshoo ist der einzige Facebook Marketing-Partner mit nativen Werbeanzeigen-API-Lösungen für Facebook, Facebook Exchange, Instagram, Twitter, Google, Yahoo, Yahoo Gemini, Yahoo Japan, Bing und Baidu. Digitale Marketing-Kampagnen in mehr als 190 Ländern für nahezu die Hälfte der Fortune 50-Unternehmen und die 10 weltweit führenden Werbeagentur-Netzwerke profitieren von Kenshoo. Zu den Kunden von Kenshoo zählen Accor, GroupM, Havas Media, John Lewis und Tesco. Kenshoo verfügt über 27 internationale Standorte und wird von Sequoia Capital, Arts Alliance, Tenaya Capital und Bain Capital Ventures gestützt. Weitere Informationen unter [www.kenshoo.com](http://www.kenshoo.com)

*Die Marke Kenshoo und Produktnamen sind eingetragene Handelsmarken von Kenshoo Ltd. Andere Firmen- und Markennamen sind geschützte Marken ihrer jeweiligen Eigentümer.*