

Unabhängiger Marktforscher erklärt Hootsuite zu einem der führenden Anbieter von Sales Social Engagement Tools

Hamburg, 25. April 2019 – [Hootsuite](#), Marktführer für Social-Media-Management, wurde im aktuellen Marktforschungsbericht „The Forrester New Wave™: Sales Social Engagement Tools“ des unabhängigen US-Marktforschungsinstituts Forrester als einer der führenden Anbieter aufgeführt. Die Studie analysierte und bewertete die acht größten Anbieter von Enterprise Sales Social Engagement Tools und Hootsuite schnitt im Test als einer der Marktführer ab.

„Wir glauben, dass die Anerkennung durch Forrester unser Bestreben bestätigt, Unternehmen aller Größen dabei zu helfen, den Wert von Social Media für die ganze Organisation zu maximieren“, sagt **Penny Wilson, CMO von Hootsuite**. „Unsere Kombination aus innovativer Technologie, Desktop- und Mobile-Produkten, Trainings, Services und einem ausgedehnten Ökosystem an Partnern bietet Unternehmen maßgeschneiderte und skalierbare Lösungen, die weit über das Marketing hinausgehen und jeden Geschäftsbereich betreffen.“

Die Studie „The Forrester New Wave™: Sales Social Engagement Tools Q2 2019“ bewertet die acht größten Anbieter anhand von zehn Kriterien, darunter Integration, Analyse und Insights.

„Hootsuite führt das Feld mit seinem kaufmännischen Fokus und seinem Umfang an“, schreibt **Mary Shea, Principal Analyst bei Forrester**. „Mit seiner Mobile-First-Orientierung und Integrationsmöglichkeiten in die Spitzengruppe der CRM-Systeme bietet Hootsuites Amplify differenzierte Funktionalitäten, darunter mehr als 150 Out-of-the-Box-Integrationen, eine Reihe globaler sozialer Netzwerke und einen professionellen Dienstleistungsbereich mit Trainings und Zertifizierungen für Händler.“

Die Forrester-Studie macht deutlich, dass Unternehmen soziale Medien für eine große Bandbreite von Maßnahmen nutzen. Dazu zählen Marketing, Advertising, Kommunikation, Marktforschung oder das One-to-One-Engagement mit zukünftigen und bestehenden Kunden. Auch um den Kunden einfach einmal zuzuhören, werden soziale Kanäle genutzt. Der moderne Vertrieb braucht Social Engagement Tools, doch wie die Studie zeigt, bieten nur wenige Anbieter umfassenden Support, da nur wenige Angebote und Dienstleistungen exklusiv auf den Vertrieb zugeschnitten sind.

„Hootsuite war sehr hilfreich, um bei Penn Mutual ein umfassendes Best-in-Class-Social-Selling-Programm zu entwickeln. Und wir sind mit den Ergebnissen ausgesprochen zufrieden“, sagt **Lauren Kane, Senior Manager für Content-Strategien bei Penn Mutual Life Insurance**. „Innerhalb von vier Monaten haben wir bei unseren Beratern eine Adoptionsrate von 70 Prozent erreicht. Und 56 Prozent unserer Berater sagen, Social Media habe einen positiven Einfluss auf ihr Geschäft.“

Der komplette Report steht [hier](#) kostenlos zum Download zur Verfügung.

Über Hootsuite

Hootsuite ist die am meisten verwendete Social-Media-Management-Plattform mit weltweit über 18 Millionen Nutzern. Gegründet wurde das Unternehmen 2008 von Ryan Holmes in Vancouver, Kanada. Hootsuite ist heute an 12 internationalen Standorten mit knapp 1.000 Mitarbeitern vertreten. Die Plattform liefert zentral Content aus, misst und analysiert Social-Media-Aktivitäten in Echtzeit und ist um über 250 Business-Applikationen wie Salesforce oder Adobe erweiterbar. Das intuitive Dashboard ermöglicht das einfache Handling von zahlreichen sozialen Netzwerken, darunter Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest, YouTube, Instagram, WeChat und Wordpress und kann auf die spezifischen Erfordernisse von Unternehmen angepasst werden. So bauen Anwender Kundenbeziehungen auf, analysieren die Bedürfnisse des Marktes und steigern ihren Umsatz.

Weitere Informationen unter <https://hootsuite.com/de/>