

Insights: Neues Social-Listening-Tool bei Hootsuite

Insights powered by Brandwatch nutzt Daten aus über 100 Millionen Blogs, News-Portalen und Social-Media-Plattformen

Hamburg, 4. März 2020 – [Hootsuite](#), Marktführer für Social-Media-Management, hat heute sein neues Social-Listening-Tool Insights powered by Brandwatch vorgestellt. Insights ist direkt in das Hootsuite-Dashboard integriert. Auf diese Weise haben Unternehmen die Möglichkeit, sich mit relevanten und komplexen Themen, die ihre Marke betreffen, auseinanderzusetzen und Customer-Intelligence-Analysen zu vereinfachen.

Unternehmen können so besser nachvollziehen, wie sie weltweit in digitalen Diskussionen wahrgenommen werden und daraus gezielte Aktionen ableiten. Sie reagieren damit schneller auf neue Trends in der Gesellschaft, spielen zielgerichtete kreative Werbebotschaften aus und profitieren von einem höheren Markenschutz sowie einem effizienteren Krisenmanagement.

„Die sozialen Medien produzieren emotionale Daten, die Marketing-Experten nutzen können, um wertvolle Einblicke in die Denkweise ihrer Kunden zu erhalten und daraus abzuleiten, welche Produkte für sie relevant sind und wie sie als Marken am besten mit ihnen interagieren sollten“, sagt **Henk Campher, VP Corporate Marketing bei Hootsuite**. „Diese Insights gehen über das reine Marketing hinaus. Sie bilden einen Mehrwert für Produkt-Teams und helfen dem gesamten Unternehmen dabei, zu wachsen und sich stärker auf die menschliche Komponente der Customer Experience zu fokussieren. Denn gerade emotionale Daten fördern ein intelligentes Customer Engagement.“

Durch die neue Integration können User spezifischen Themen online nachgehen und einen tieferen Einblick in das Publikum und den Wettbewerbsmarkt erhalten. Die Plattform setzt dabei auf verfeinerte Brandwatch-Suchvorgänge, trackt Social Mentions und sammelt Daten aus über 100 Millionen Quellen – darunter Blogs, soziale Medien und News-Seiten.

Hootsuite blickt bereits auf eine jahrzehntelange Partnerschaft mit vielen branchenrelevanten Tools zurück und unterstützt Unternehmen mit seinem Ökosystem aus mehr als 200 integrierten Anwendungen bei der Skalierung. 2019 kündigte Hootsuite mit der Predictive-Compliance-Lösung Proofpoint eine neue Innovation an und führte erfolgreich eine Reihe von Schlüsselintegrationen ein – darunter Google My Business, Tint und Yext. Hootsuite hat außerdem seine Partnerschaft mit Adobe weiter ausgebaut und plant 2020, weitere Anwendungen in das Hootsuite-Ökosystem zu integrieren.

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/>