

**Erscheinungsdatum:** 10.11.2009

**Link:** <http://www.saasmagazin.de/saasondemandmarkt/invests/lixta-software101109.html>

## Marktentwicklung leichter und effektiver verfolgen

### SaaS-Lösung für die Computer- und Konsumgüterelektronikbranche

**Hama nutzt "Online Market Intelligence" (OMI) von Lixto Software, um ihre Produkt- und Marktstrategie zu gestalten.**



*Hama nutzt mit "Lixto OMI für Computers and Electronics" eine auf SaaS-basierte Lösung,*

(10.11.09) - Hama, einer der führenden Zubehörspezialisten für die Produktbereiche Photo, Video, Audio, Computer und Telekommunikation, setzt ab sofort eine "Online Market

Intelligence" (OMI)-Lösung von Lixto Software ein. Das Unternehmen verfolgt mit der Lösung das Ziel, anhand der hierbei gewonnenen Informationen seine Produkt- und Marktstrategie besser gestalten und dadurch seine Marke stärken zu können.

Mit der Lixto OMI-Lösung können sich die Bereiche Vertrieb, Produktmanagement und Marketing anhand tagesaktueller Daten einen Überblick über die Marktlage verschaffen. Durch die erhöhte Markttransparenz ist das Angebot des Mitbewerbs ständig im Blickfeld und verschafft einen messbaren Wettbewerbsvorteil dank aktueller Informationen über Angebot und Sortiment der Mitbewerber. Diese laufende Analyse ermöglicht die ständige Optimierung des eigenen Produktportfolios.

"Durch die Zusammenarbeit mit Lixto können wir die Marktentwicklung in den für uns relevanten Segmenten wesentlich leichter und effektiver verfolgen", sagt Anton Bühlmeier, Verkaufsleiter und Leiter eBusiness bei der Hama GmbH & Co KG. "Angesichts des anfallenden Datenvolumens, benötigen wir eine ebenso leistungsstarke wie effiziente Lösung, die uns die Marktinformationen einfach und bedarfsgerecht aufbereitet auf den Schirm bringt."

Hama nutzt mit "Lixto OMI für Computers and Electronics" eine auf SaaS (Software-as-a-Service)-basierte Lösung, in die vorkonfigurierter Dashboards und Berichte integriert sind. Die Online-Marktdaten gewinnt die Lixto-Lösung, indem sie diese aus vorab definierten Webquellen automatisiert herauszieht, sammelt und aggregiert aufbereitet. In einem zweiten Schritt werden die Daten konsolidiert und in einer analytischen Anwendung visualisiert. Anhand vorkonfigurierter Dashboards und Berichte können Verantwortliche für Marketing und Vertrieb dann die Marktinformationen analysieren und daraufhin die geeigneten Maßnahmen treffen. (Lixto Software: ra)

**Pressekontakt:**

Tornado Communications  
Hans J. Gilg  
Tel.: +49 (0)89 2388 9994  
E-Mail: [hans.gilg@tornado-pr.com](mailto:hans.gilg@tornado-pr.com)