

■ Quisma

MICROSITE INFORMIERT ÜBER CUSTOMER-JOURNEY-ANALYSE

Die Online-Marketing-Agentur **Quisma** informiert online über die Möglichkeiten der Customer-Journey-Analyse. Ab Montag bekommen Interessierte Unternehmen auf einer neuen Microsite einen Überblick, wie, wo und wann sie relevante Zielgruppen auf ihrer Reise durch das Netz erreichen (**Customer-journey-modelling.de**). So lassen sich Online-Werbebudgets wirkungsvoll aussteuern.

Die Customer-Journey-Analyse stößt jedoch häufig an technische Grenzen. Quisma hat deshalb den Sales-Modelling-Ansatz entwickelt. Mit dem Analyseverfahren wird ein Wirkungszusammenhang verschiedener Faktoren her-

gestellt, so das Unternehmen. Dazu gehören Verkäufe, Werbeausgaben, saisonale Effekte oder der Preis in Kombination mit dem Werbedruck in den einzelnen On- und Offline-Medien.

„Daraus können präzise Prognosen für die künftige Budgetplanung erstellt werden“, sagt Quisma-CEO **Ronald Paul**.

Ronald Paul Der Sales-Modelling-Ansatz optimiert die Budgetplanung.



Auf der Microsite soll das Beispiel einer Shopping-Plattform, die den Sales-Modelling-Ansatz nutzt, Anschauungsmaterial aus der Praxis liefern. Das Verfahren der Customer Journey wird zudem

in einem Video erklärt. Darüber hinaus steht ein Whitepaper zum kostenlosen Download zur Verfügung.

Quisma mit Hauptsitz in München gehört seit 2007 zum Werbenetzwerk GroupM. Kunden sind unter anderem **Expedia, Puma, Coca-Cola, Dell** und die **Targobank**. ht