

PRESSEINFORMATION

„Durch Testen zum Besten“ – QUISMA mit neuer Unit für Conversion-Optimierung

München, 21. September 2009 – Die Performance-Marketing-Agentur QUISMA stellt auf der Kölner Online-Marketing-Messe dmexco in Halle 8 am Stand C 077 erstmals ihre neu gegründete Unit für Conversion-Optimierung vor.

Während der Fokus in den bestehenden Leistungsbereichen von QUISMA auf der Generierung von hochwertigem und relevantem Traffic liegt, wird der Qualitätsgedanke in der neuen Unit nun bis zur letzten Aktion auf den Seiten des Kunden erweitert. Durch die Optimierung der Conversion gewährleistet man eine optimale Nutzung des Traffics sowie die effiziente Auslastung der Budgets. Zudem wird über die verbesserte Usability ein positives Erlebnis beim User erzielt, was langfristig zu einer Intensivierung der Markenbindung führt. All diese Ziele werden in der neuen Unit vereint und mit Hilfe von umfangreichen Analysen der Sales-Prozesse inklusive der Landingpages sowie anschließenden A/B- oder multivariaten Tests umgesetzt.

QUISMA kooperiert bei der Umsetzung mit den kompetentesten Technologieanbietern und setzt, je nach spezifischer Anforderung, Tools wie Divolution, Omniture Test&Target oder den Google Website Optimizer ein, welche in Kombination mit der ausgereiften Tracking- und Analysetechnologie von QUISMA optimale Resultate liefern. Derzeit läuft außerdem das Zertifizierungsverfahren für das Google Conversion Programm.

Im Anschluss an die dmexco wird die neue 8-köpfige Unit ihre Arbeit offiziell aufnehmen, um dem Kunden ein komplettes Leistungsspektrum von der Analyse der Seiten über die Kreation neuer Inhalte mit anschließendem Testen bis hin zur Präsentation der Ergebnisse bieten zu können.

[Über QUISMA](#)

KONTAKT

QUISMA GmbH
Herr Marko Tolle
Rosenheimer Straße 145i
81671 München

Telefon: 089/44 23 82-0
Telefax: 089/44 23 82-999
E-Mail: marko.tolle@quisma.com

Der Full Service-Dienstleister QUISMA, eine der erfolgreichsten Online-Marketing-Agenturen in Deutschland, wurde 2001 von den beiden Geschäftsführern Ronald Paul und Norman Nötzold gegründet und im März 2007 in die GroupM (Mindshare, Mediacom, Mediaedge, Maxus) eingegliedert.

Das Leistungsspektrum des Unternehmens umfasst Suchmaschinenmarketing, Suchmaschinenoptimierung, Affiliate-Marketing, performance-basierte Bannerwerbung und Conversion-Optimierung.

An den Standorten München, Hamburg, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Wien und Zürich arbeiten über 100 Mitarbeiter für namhafte nationale und internationale Kunden wie Expedia, PUMA, OTTO, DELL oder Citibank.

Abdruck frei, Beleg erbeten.