

PRESSEINFORMATION

Marketing Intelligence: QUISMA gründet eine neue Unit für Werbewirkungsforschung im Performance-Bereich

München, 12. Juli 2010 QUISMA, Deutschlands erste Adresse unter den Performance-Marketing-Agenturen, baut das Leistungsspektrum konsequent aus und forciert den Ansatz einer integrierten Online-Mediabetreuung. Unter der Leitung von Murat Cavus, 32, wurde die neue Unit Marketing Intelligence gegründet. Der Diplom-Kaufmann ist am 01.04.2010 zu der Performance-Marketing-Agentur nach München gewechselt und war zuvor als selbstständiger Marktforscher tätig, wo er sich im Bereich des Ökonometrischen Modellings spezialisiert hat. Vor seiner selbstständigen Tätigkeit war er für Prof. Homburg und Partner und IMS Health als Unternehmensberater tätig. Er berichtet an Sascha Wittler, COO QUISMA.

QUISMA Marketing Intelligence analysiert für Werbetreibende individuell auf Basis von Ökonometrischen Modellen den Gewinnbeitrag aller Marketingaktivitäten und kann so eine umfassende Marketing- und Investitionsberatung anbieten. Über eine detaillierte Website-Analyse können Kunden die Ergebnisse ihrer Online-Webauftritte genau nachvollziehen. Hierbei werden nicht nur Online-Daten über alle Kanäle herangezogen. QUISMA greift außerdem über das GroupM-Netzwerk auf klassische Marktforschungsdaten zurück. Durch ein Matching von Online- und Offline-Daten kann eine ganzheitliche Beratung durchgeführt werden. Kunden werden durch komplexe Analysen bei der Aufteilung des Werbebudgets auf verschiedene Kanäle unter Performance-Gesichtspunkten beratend unterstützt.

Die Spezialisten der Marketing Intelligence Unit untersuchen dabei detailliert für einzelne Kampagnen Fragestellungen wie:

- Wie ist der Return on Investment der Marketing-Aktivitäten, online wie klassisch?
- Welche Werbekanäle bieten das größte Wachstumspotenzial?
- Wie ist das Budget optimal auf verschiedene Werbekanäle aufzuteilen?
- Wie sehen die Klickpfade aus und welche bringen das größte Umsatzpotenzial?
- Wie wirkt sich TV-Werbung auf das Kaufverhalten im Online-Shop aus?
- Lohnt es sich, SEM-Kampagnen durch Banner-Werbung und Print-Werbung zu begleiten?

Werbewirkungsforschung für das Web

„Ziel ist es, die Online-Werbeaktivitäten von Kunden nach klar messbaren Kriterien zu bewerten und Potenziale für eine

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

Gewinnmaximierung aufzudecken. Die Besonderheit liegt dabei in der Verknüpfung von Online-Daten mit klassischen Marktforschungsdaten. Somit können wir unseren Kunden eine ganzheitliche Betrachtung anbieten“, erklärt Murat Cavus, Unit-Leiter QUISMA Marketing Intelligence. Kunden werden in die Lage versetzt, ebenso effektive wie effiziente Entscheidungen zu treffen, beispielsweise wie der optimale Budget-Mix für ihre Online-Werbeaktivitäten aussieht. Der Erfolg wird plan- und messbar – bis hin zum Sale.

Darüber hinaus bietet die neugeschaffene Unit ein breites Spektrum an Marktforschungs-Dienstleistungen an. Dazu gehören etwa auch klassische Leistungen wie die Implementierung und Durchführung von Online-Umfragen, Zufriedenheitsbefragungen, Markt- und Wettbewerbsanalysen und Kundensegmentierungen.

„Mit Marketing Intelligence treiben wir unseren Anspruch einer ganzheitlichen Beratung voran. QUISMA deckt damit als bislang einzige Agentur für den Performance-Bereich alle Leistungsspektren ab, wie sie Kunden aus der klassischen Mediaberatung kennen und schätzen“, erklärt Ronald Paul, CEO QUISMA. „Mit einem klaren Abverkaufsfokus unterstützen wir unsere Kunden bei der Optimierung ihrer Performance und der Maximierung ihres Gewinns. Durch die Gründung unserer neuen Unit reagieren wir auf die steigenden Ansprüche der Werbungtreibenden, die auch ihre Aktivitäten im Web nach valide gemessenen und nach höchstem Standard analysierten Kriterien planen und bewerten wollen. Ich freue mich auch über die Verpflichtung von Murat Cavus, der fachlich wie menschlich eine Bereicherung für unser Team darstellt.“

Über QUISMA

Der Full Service-Dienstleister QUISMA ist die erste Adresse unter den Online-Marketing-Agenturen Deutschlands. Das Unternehmen mit Hauptsitz in München ist 2001 von den beiden Geschäftsführern Ronald Paul und Norman Nötzold gegründet und im März 2007 in die GroupM (Mindshare, Mediacom, Mediaedge:cia, Maxus) eingegliedert worden. Das Leistungsspektrum umfasst alle Disziplinen des Performance-Marketings – von Suchmaschinenmarketing und Suchmaschinenoptimierung über Affiliate-Marketing und performance-basierter Bannerwerbung bis zu Conversion-Optimierung. QUISMA bietet die Expertise als größter Digital-Dienstleister mit Vernetzung zu klassischer Mediaplanung.

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, Coca-Cola, DELL oder Targobank.

Für weitere Informationen und Rückfragen:

QUISMA

Marko Tolle

Director Marketing

Tel: 089/44 23 82 - 116

E-Mail: marko.tolle@quisma.com

Dot.communications

Sonja Feldmeier

Tel: 089/535 797-101

E-Mail: s.feldmeier@dot-communications.de