

## PRESSEINFORMATION

### **QUISMA startet Microsite für neuen Sales-Modelling-Ansatz**

**München, 28. November 2011** Customer-Journey war eines der wichtigsten digitalen Trendthemen in diesem Jahr. In der zunehmend fragmentierten Medienlandschaft wird es für Werbetreibende immer wichtiger zu wissen, wo und wann sie relevante Zielgruppen erreichen – auch auf ihrer Reise durch das Netz. Die Userpfade können aber verschlungen sein und nicht immer ist es leicht, ihnen zu folgen. QUISMA, die erste Adresse im deutschen Markt der Online-Marketing-Agenturen, hat heute eine Microsite online gestellt, die einen kompakten Überblick zur technischen Customer-Journey-Analyse bietet und deren Weiterentwicklung mit dem eigenentwickelten Sales-Modelling-Ansatz erklärt ([www.customer-journey-modelling.de](http://www.customer-journey-modelling.de)).

Die Customer-Journey-Analyse ist eine effiziente Methode, um Werbebudgets wirkungsvoll auszusteuern. Sie basiert jedoch auf technischen Tools, die mehreren Einschränkungen unterliegen und deshalb den Kundenpfad häufig nicht adäquat abbilden. Dies kann der Fall sein, wenn die User ihre Cookies löschen, die Devices wechseln oder das Kampagnentracking von verschiedenen Anbietern durchgeführt wird. QUISMA hat das Verfahren in einem eigenen Ansatz weiterentwickelt, um die Unschärfen der Customer-Journey-Analyse zu überwinden.

### **Neue Wege der Customer-Journey-Analyse**

Der Sales-Modelling-Ansatz ist ein Analyseverfahren, bei dem mehrere Faktoren – wie Verkäufe, Werbeausgaben, saisonale Effekte oder Preis in Kombination mit dem Werbedruck in den einzelnen On- und Offlinemedien – in einen Wirkungszusammenhang gebracht werden und daraus präzise Prognosen für die künftige Budgetplanung erstellt werden können. Das Verfahren kommt aus der klassischen Marketing- und Mediaplanung und basiert auf der Regressionsanalyse, deren Formel ebenfalls auf der Microsite vorgestellt wird.

### KONTAKT

QUISMA GmbH  
Herr Marko Tolle  
Rosenheimer Straße 145 d  
81671 München

Telefon: 089/44 23 82-0  
Telefax: 089/44 23 82-999  
E-Mail: [marko.tolle@quisma.cor](mailto:marko.tolle@quisma.cor)

Neben den technischen Informationen findet der Nutzer auf der neuen QUISMA-Microsite Grafiken zu den Performance-Prozessen und das aktuelle Fallbeispiel einer Shopping-Plattform, das den Einsatz des Sales-Modelling-Ansatzes von QUISMA in der Praxis veranschaulicht. Ergänzend wird die Customer Journey im Video erklärt. Zusätzlich ist ein Video-Interview mit QUISMA-CEO Ronald Paul integriert. Auch das aktuelle Whitepaper „Neue Wege der Customer-Journey-Analyse“ kann kostenlos über die Microsite heruntergeladen werden.

Ronald Paul, CEO QUISMA: „Budgetallokation kann für Werbetreibende schnell zum Glücksspiel werden, wenn diese ausschließlich auf der technischen Customer-Journey-Analyse basiert. QUISMA ist es mit dem unique Sales-Modelling-Ansatz gelungen, in der digitalen Wirkungsforschung neue Maßstäbe zu setzen. Auf unserer Microsite bekommt der Nutzer anschaulich erklärt, warum der Modelling-Ansatz von QUISMA die bessere Methode für eine gezielte Aussteuerung der Werbebudgets ist und damit die nächste Stufe der Customer-Journey-Analyse zündet.“

### 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, MEC GmbH, Maxus) eingegliedert worden. Das Leistungsspektrum umfasst alle Disziplinen des Performance-Marketings – von Suchmaschinenwerbung und Suchmaschinenoptimierung über Affiliate-Marketing und performance-basierter Bannerwerbung bis zu Conversion-Optimierung und Marketing Intelligence. QUISMA bietet die Expertise als größter Digital-Dienstleister mit Vernetzung zu klassischer Mediaplanung. An den Standorten München, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Wien, Zürich, Amsterdam, Warschau, Mailand, Madrid und Paris arbeiten über 140 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](mailto:marko.tolle@quisma.com)

**Dot.communications**

Sonja Feldmeier

Tel: 089/535 797-101

E-Mail: [s.feldmeier@dot-communications.de](mailto:s.feldmeier@dot-communications.de)