

Web-Driven M@rketiing

Marken-Strategien im Web

Das Internet ist nicht nur ein einfacher Vertriebs- und Marketingkanal, sondern bietet eine ganze Welt mit unzähligen, unterschiedlichen Wegen zur Zielgruppe, um mit Kunden neue, tiefe und lang andauernde Beziehungen aufzubauen.

Web-Driven M@rketiing analysiert, welche Marken-Strategien Ihre Wettbewerber im Netz, jenseits der klassischen Werbung, verfolgen.

Web-Driven M@rketiing strukturiert

Die Internet-Aktivitäten relevanter Marktteilnehmer werden in Websites, Blogs, Web TV, Social Communities und virtuelle Welten strukturiert.

Web-Driven M@rketiing beobachtet

Veränderungen hinsichtlich Funktion, Inhalt und Design werden beobachtet und dokumentiert. Neue Websites werden aufgespürt und beschrieben.

Darüber hinaus wird dargestellt, wie viele Views und Aktivitäten die einzelnen Marken auf Internet-Plattformen wie YouTube, Facebook, Flickr, Twitter etc. im Zeitverlauf generieren.

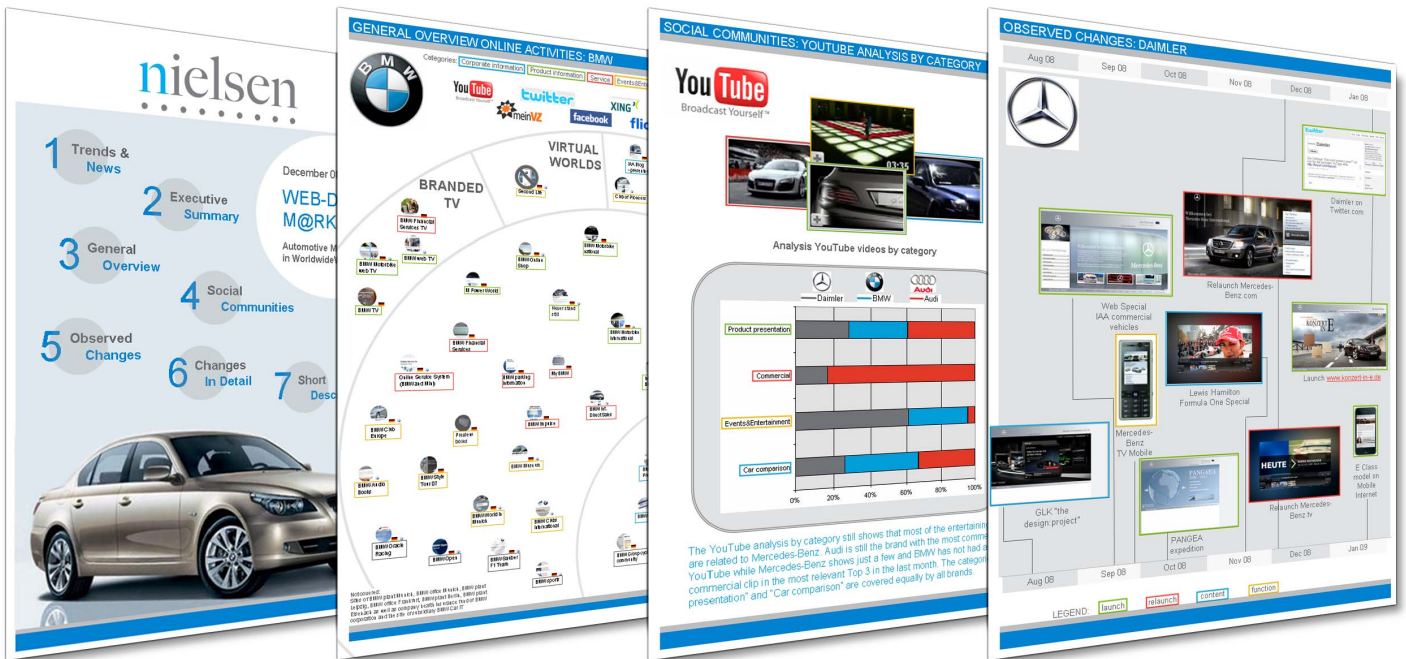
Web-Driven M@rketiing analysiert

Die Veränderungen werden analysiert und bewertet. Auf dieser Basis werden die Aktivitäten Ihrer Konkurrenz im Netz durchleuchtet. Darüber hinaus dienen die Informationen als Grundlage um Handlungsempfehlungen abzuleiten und die eigene Präsenz im Web zu optimieren.



Wissen Sie,
wie Ihre Wettbewerber
das Internet für eigene
Marketing-Aktivitäten
nutzen?

Web-Driven M@rketing



Ihre Vorteile

- Strukturierte, visuelle Aufbereitung der komplexen Welt der Marken-Portale
- Kontinuierliches Screening neuer und bestehender Websites und Social Communities der von Ihnen definierten Marktteilnehmer sowie Dokumentation im Zeitverlauf
- Beschreibung und Analyse der Marken-Strategien Ihrer Wettbewerber im Web – jenseits der klassischen Werbung
- Ableitung von Handlungsempfehlungen auf Basis des beobachteten Vorgehens Ihrer Konkurrenz

Web-Driven M@rketing liegt aktuell für ausgewählte Automobilhersteller vor. Jede weitere Branche ist auf Anfrage erhältlich. Bitte sprechen Sie uns an.

Für weitere Informationen steht Ihnen Ihr Kundenberater gerne zur Verfügung. Nielsen Media Research GmbH, Telefon 040-236 42-0 oder www.nielsen.de