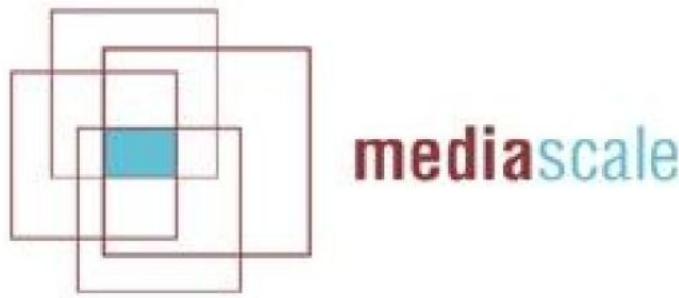


Plus 26 Prozent - mediascale mit guter Performance

11.02.2009, 14:15 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Mediascale GmbH & Co. KG*

Presseagentur: *cocodibu GmbH*



Neues Beratungsangebot: „Best-Performance-Consulting“ für Unternehmen

München, 11. Februar 2009 – mediascale, die Agentur für erfolgs- und vertriebsorientierte Online-Werbung sowie Online-Dialogmarketing, bleibt auf Wachstumskurs. Die Experten für Performance-Marketing verzeichneten im Geschäftsjahr 2008 einen Honorarumsatz von 4,7 Millionen Euro – ein Plus von 26 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Bereits 2007 war das Gross-Income um 81 Prozent auf 3,7 Millionen Euro gestiegen. Damit rangierte mediascale in der Liste der wachstumsstärksten Agenturen (New Media Service Ranking 2008) bereits auf Platz 2.

Zur guten Performance in 2008 trugen u.a. auch neue Kunden wie Kieser, Quelle Slowenien oder Mydays bei. „In Zeiten höchsten Effizienzdrucks brauchen die Unternehmen mehr denn je einen Agenturpartner, der einen schnellen Return-of-Investment und messbare Erfolge erzielt“, so mediascale-Geschäftsführer Julian Simons. „Performance Marketing stellt viele Werbekunden aber vor neue Herausforderungen, gerade was den Mix unterschiedlicher Onlinekanäle und deren Leistungsbewertung im direkten Vergleich betrifft.“ Deshalb bietet mediascale ab sofort „Best-Performance-Consulting“, ein Beratungsmodell für Unternehmen in vier Phasen an. Beginnend mit Modul 1, der System- und Kommunikationsfluß-Analyse, über Modul 2, der System-Implementierung zur integrierten Datenerfassung und Modul 3, der Datenanalyse und Definition des Mediawertmodells, sowie Modul 4 der Systemvorbereitung zur automatisierten Kampagnensteuerung. Ziel hierbei ist die Entwicklung eines integrierten Mediawertmodells, das eine neue Zuordnung der zur Verfügung stehenden Vertriebsprovisionen auf die beteiligten Kanäle ermöglicht - basierend auf dem Beitrag des letzten Kanals in der Userhistorie, der zur finalen Kaufentscheidung geführt hat. Erste Kunden hierfür sind O2 und Thomas Cook.

Darüber hinaus hat mediascale gemeinsam mit dem Partner explido WebMarketing ein revolutionäres Tool zur kanalübergreifenden Kampagnensteuerung entwickelt: N.E.R.O. Search-Booster. Es überträgt die Methodik des Profiling auf die Keywordsuche beim Suchmaschinenmarketing und ermöglicht darüber erstmals eine präzise Steuerung von Display-Werbe-Kampagnen basierend auf den Sucheingaben des Users in Search. Damit ist die Banner-Kampagne genau zur richtigen Zeit, mit der richtigen Botschaft zur Stelle. Das vorhandene Potenzial an Käufern wird somit deutlich besser ausgeschöpft.

Portrait

Zur mediascale GmbH & Co. KG: Die Münchner Agentur mediascale ist Marktführer unter den Anbietern erfolgs- und vertriebsorientierter Online-Werbung und Online-Dialogmarketing. Im vergangenen Jahr wuchs das Gross Income um 81 Prozent auf 3,8 Millionen Euro. mediascale ist ein unabhängiges Spin-off der Serviceplan Holding, der größten inhabergeführten Agentur Deutschlands. Die Agentur (gegründet 2002), wird geführt von Wolfgang Bscheid (45) und Julian Simons (36) Mediascale beschäftigt 26 Mitarbeiter und betreut über 30 Kunden wie z.B. Sony Music, Asstel, FAZ, O2, Quelle, Kieser oder Thomas Cook. Im März 2007 gewann mediascale den New Media Award in der Kategorie „Effizienz“.

News-ID: 281110 • Views: 1066 (Stand: 06.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/281110/Plus-26-Prozent-mediascale-mit-guter-Performance.html>