

Schluss mit Logo-Friedhöfen - Referenzen werden interaktiv und multimedial

17.02.2010, 12:21 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *casestudies.biz*

Hamburg, den 15.02.2010. Mit dem Web-Baukastensystem "Case Study 2.0" zeigen der Hamburger Referenzmarketingsspezialist *casestudies.biz* und die Agentur *marketing solutions direkt*, wie man Referenzen, Case Studies und Success Stories verkaufswirksam darstellt.

Die Zeit der Logo-Friedhöfe auf Unternehmenswebsites ist vorbei. In den Referenzrubriken kehrt endlich Leben ein. Die Case Study wird multimedial und interaktiv. Sie spielt damit ihren Vorteil als Werkzeug für die Kundengewinnung noch besser aus.

casestudies.biz und die Online-Marketing-Agentur *marketing solutions direkt* stellen eine Neuentwicklung vor: "Case Study 2.0"

Case Study 2.0 ist ein Web-Baukastensystem, mit dem Kundenreferenzen multimedial und interaktiv aufbereitet werden. Case Study 2.0 verbessert das Referenzmarketing von Unternehmen, weil Interessenten nicht nur auf ein Thema aufmerksam gemacht werden, sondern gleichzeitig nach dem AIDA-Prinzip (attention-interest-desire-action) mit dem Unternehmen interagieren können. Nachdem die Case Study das Interesse geweckt hat, ermöglicht sie dem Leser interaktiv weitere Informations- und Kontaktmöglichkeiten. So werden aus Website-Besuchern Interessenten und damit Leads.

Case Studies, Referenzen, Success Stories und Anwenderberichte gehören auf Firmenwebsites zu den Rubriken, die am häufigsten geklickt werden, sagt Harry Weiland, Inhaber von *casestudies.biz*. Interessenten wollen wissen, wofür ein Unternehmen arbeitet und was es dabei leistet. Bisher findet das Thema Referenzen auf vielen Unternehmens-Websites als Logo-Friedhof statt, analysiert Weiland.

Wer bereits auf Case Studys zur Neukundengewinnung setzt, stellt sie auch im Internet in der Regel in klassischer Print-Form (PDF) dar. Videos und andere Medienformate sind zwar auf dem Vormarsch, aber noch nicht weit verbreitet. "Mit einer reinen Print-Darstellung", sagt Sven Severin, Geschäftsführer der Hamburger Online-Marketing-Agentur *marketing solutions direkt*, einem Unternehmen der *direkt gruppe*, bleibt das Werkzeug Case Study "hinter seinen Möglichkeiten zurück." Severin: "Mit einer multimedialen Aufbereitung und der geschickten Weiterführung des Interessenten zur Vertiefung des Themas und zur Interaktion, nutzen Unternehmen erst richtig das Neukunden-Potenzial von Case Studies."

Case Study 2.0 ist ein gemeinsames Projekt von *marketing solutions direkt* und *casestudies.biz*. Das Modul ist als Baukastensystem konzipiert und lässt sich einfach in bestehende Web-Auftritte integrieren. Unternehmen erhalten damit eine Möglichkeit, ihre Referenzen effektiv darzustellen. Referenzen erfüllen mit Case Study 2.0 noch besser ihren Zweck, Neukunden zu gewinnen.

über casestudies.biz

casestudies.biz ist Deutschlands führender Spezial-Dienstleister für Referenzmarketing. Zahlreiche Unternehmen optimieren Vertrieb & Marketing mit Beratungsleistungen und Produkten von casestudies.biz. Das Hamburger Unternehmen entwickelt Referenzkunden-Programme und Referenzen unter anderem für ADP, Bayer Business Services, Dimension Data, Google, HRS, i:FAO, Itenos und TUI Leisure Travel.

News-ID: 398772 • Views: 918 (Stand: 16.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/398772/Schluss-mit-Logo-Friedhofen-Referenzen-werden-interaktiv-und-multimedial.html>