

Intares

Geschäftserfolg im E-Business Systematisches Web-Controlling

Hamburg, 27. Oktober 2004

Der Hamburger Web-Monitoring-Spezialist Intares bietet seinen Kunden präzise Daten zur Optimierung ihrer Web-Auftritte. Denn: Geschäftserfolg im E-Business ist planbar. Wichtigste Grundlage dafür sind Services wie Intares-MQS, die eine systematische Auswertung des Online-Auftritts erlauben.

Die Zeit der Kennziffern und Messgrößen im Internet ist gekommen. Erkenntnisse über das Nutzerverhalten im Web setzen etwa den Marketing-Chef eines Unternehmens in die Lage, die Effizienz seiner Werbemittel zu erhöhen und den optimalen „Return on Invest“ im Marketingmix zu erzielen. Alle dazu notwendigen Daten und Analysen liefert der Intares Web-Controlling-Dienst Intares MQS.

Mit den MQS-Kennziffern kann der Online-Verantwortliche systematisch die Nutzerfreundlichkeit seines Angebots verbessern, die Zufriedenheit der Besucher und die Conversion-Rate steigern – also mehr Kunden generieren. Auch der Kaufprozess lässt sich anhand aussagekräftiger Kennziffern optimieren. Die Folge: mehr Umsatz bei geringeren Kosten.

Intares MQS bietet vordefinierte wie individuell angepasste Auswertungen und präzise Reports zur Rentabilitätssteuerung. Der Dienst lässt sich nahtlos in bestehende Umgebungen integrieren und skaliert mit den Anforderungen des Kunden. Der modulare Aufbau erlaubt es, die Auswertungen exakt nach den Bedürfnissen des Kunden kosten- und nutzenoptimal zusammenstellen.

Intares-MQS liefert alle Daten übersichtlich aufbereitet und ohne mühevollen Abgleichen und Zusammentragen. Dadurch lassen sich profitable und weniger profitable Geschäftsbereiche, Produktlinien und Prozesse rasch identifizieren. Dietrich Koch: „Ob es darum geht, Werbeflächen zu vermarkten, über ein Shop-System Umsatz zu generieren oder das bestehende Geschäft um einen Online-Vertriebskanal zu erweitern – die Intares-MQS Statistiken bieten die Basis, um alle Online-Aktivitäten zu optimieren.“

Intares unterstützt auch effizientes Suchmaschinenmarketing, das derzeit einen Paradigmenwechsel im Marketing insgesamt einleitet. Alexander Holl, Marketing Direktor beim Yahoo-Tochterunternehmen Overture Services, bei den Münchner Medientagen: „Beim klassischen Marketing suchen sich Unternehmen ihre Kunden. Beim Suchmaschinenmarketing ist der Kunde aktiv auf der Suche nach einem Produkt“. Wesentlicher Vorteil sei die Transparenz bei Kundenkontakten und Verkäufen, so der Overture-Chef. „Wir können genau überprüfen, was der Kunde online macht.“

Mehr Informationen können Interessenten unentgeltlich bei Intares anfordern –Mail (info@intares.net) oder <http://www.intares.net>.

Kontakt:

Intares GmbH

Tel.: 040 / 236 138-0

E-Mail: info@intares.net

Web: <http://www.intares.net>