

**Marken-Entwicklung und -Wahrnehmung im Internet:**

## **Quo Vadis, Marke?**

**Die Hamburger Agentur für digitale Markenkommunikation massklusive stellt neue Social Media Monitoring Lösung vor: „NetLens“ analysiert das Marken-Image anhand von Diskussionen, Meinungen und Bewertungen der Konsumenten im Internet.**

**Hamburg, 22. April 2009** Wer heutzutage ein Auto, eine Digitalkamera oder Computerspiele kaufen will, wer plant eine Versicherung abzuschließen oder in den Urlaub zu fahren, wer noch nicht weiß, wen er wählen soll - der geht ins Internet und recherchiert, was andere empfehlen. Die endgültige Entscheidung fällt immer öfter aufgrund von Kommentaren und Bewertungen anderer Nutzer im Internet.

Zunehmend wichtig ist es daher für Unternehmen, rechtzeitig zu erfahren, welche Meinung wo vorherrscht, um effektiv reagieren zu können.

Die Hamburger massklusive GmbH, spezialisiert auf digitale Markenführung, hat die Lösung „NetLens“ entwickelt, mit der die Millionen von Meinungen und Kommentaren, welche die Wahrnehmung von Produkten und Marken in der Online-Welt repräsentieren und prägen, erfasst, inhaltlich bewertet und für das Unternehmen jederzeit abrufbar präsentiert werden können.

„Viele Unternehmen haben inzwischen erkannt, dass die Internetnutzer mit ihren Bewertungen und Kommentaren in Online-Medien einen zunehmenden Einfluss auf die Wahrnehmung ihrer Produkte und Services haben. Der geschäftliche Erfolg und Misserfolg wird durch sie signifikant mitentschieden“, erläutert massklusive Geschäftsführer Norman Böhe. „Mit unserem neuen Brand Monitoring und Social Network Mapping bieten wir diesen Unternehmen die Möglichkeit, genau zu identifizieren, was, wo und wie über ihr Unternehmen, Produkte, Marken und den Wettbewerb gesprochen wird.“

Mithilfe von „NetLens“ ist es möglich, die Resonanz und Trends in absoluten Werten abzubilden. Zudem wird ausgewertet, welche Aspekte, z.B. das Preis-Leistungs-Verhältnis oder der Kundenservice, für die Nutzer am relevantesten sind. Daraus werden

Empfehlungen für die Unternehmens-Kommunikation und Weiterentwicklung der Produkte und Services abgeleitet.

Diese Erkenntnisse können qualitativ und quantitativ auf Basis verschiedenster Faktoren wie beispielsweise Zeitreihen, Relevanz, Märkte oder auch mediale Formate wie Blogs, Foren, Communities herunter gebrochen werden.

Ein Tool, auf das, gemäß Norman Böhe in der modernen, internationalen Marken- und Meinungswelt niemand mehr verzichten kann: „Social Media Monitoring bietet die absolut notwendige Grundlage für jede digitale Marketing-Maßnahme, die maßgeschneidert, relevant und nachhaltig positiv wirken soll.“

#### **Über massklusive GmbH**

massklusive ist eine Agentur für digitale Markenkommunikation, welche die Entwicklung und das Image von Marken und Produkten im Web (web 2.0, Blogs, Foren, Communities) verfolgt, analysiert und mitgestaltet. Hierfür bietet massklusive professionelle, digitale Dialog- und Marketing-Instrumente sowie kundenspezifische Social Media Monitoring Lösung. massklusive wurde 2007 von den beiden Marketingexperten Norman Böhe und Thorsten Moe in Hamburg gegründet. Die Agentur betreut unter anderem Unternehmen wie Warner, Kinowelt, Unilever, Montblanc und Signal Iduna.

#### **Pressekontakt:**

##### **TURM B**

##### **Ulli Masztalerz Kommunikation**

Große Bleichen 21 (Galleria)

20354 Hamburg

Fon 040.34 05 73-16 Fax -10

um@turm-b.de

##### **massklusive GmbH**

Katja Hellberg

Hongkongstraße 7

200457 Hamburg

Fon 040.879 79 89-0 Fax -99

dialog@massklusive.com

www.massklusive.com