

PRESSEMITTEILUNG

Trend Bewegtbildvermarktung: Zieltraffic gewinnt Computerwoche.de

München, 30.10.2008: Die Online-Marketing Agentur Zieltraffic (www.zieltraffic.de) übernimmt im Auftrag der IDG Business Media GmbH die Suchmaschinenoptimierung (SEO) des Videochannels der führenden deutschen IT-Zeitung COMPUTERWOCHE. Ziel der Zusammenarbeit ist es, den Bekanntheitsgrad und die Relevanz des Videochannels in der Zielgruppe zu steigern und den Traffic deutlich zu erhöhen. Zieltraffic wurde hierzu mit der Umsetzung einer Keyword-Advertising-Kampagne beauftragt.

(http://www.zieltraffic.de/work_solutions/vertriebsinstrumente/keyword_advertising_sem).

Im IT-Business Videochannel stehen den Usern von computerwoche.de redaktionell aufbereitete, und speziell für Online-Zwecke realisierte Videos zur Verfügung. Computerwoche.de bietet hier bspw. Testberichte zu neuen IT-Produkten, veröffentlicht Interviews mit Meinungsbildnern der IT-Branche oder nimmt zu tagesaktuellen Fragestellungen der IT-Branche in bewegten Bildern Stellung.

Wachsende Nachfrage nach Zieltraffic Dienstleistungen

„Die IDG-Media verfügt als einer der weltweit größten Fachverlage für die IT-Branche über ein hervorragendes Produktportfolio und besitzt ein starkes Online-Wachstumspotenzial. Zieltraffic freut sich darauf, dieses Potenzial durch gezieltes und professionelles Online-Marketing zu heben“ sagt Michael Heep, Head of New Business der Zieltraffic AG.

Die international aufgestellte Agentur ist deutscher Marktführer im Online-Marketing für die Banken- und Finanzdienstleistungsbranche und bekannt für ihr „erfolgsverantwortliches Honorarmodell“ (http://www.zieltraffic.de/work_solutions/honorarmodell). „Die Dienstleistungen von Zieltraffic werden längst nicht mehr ausschließlich von renommierten Finanzunternehmen wie der Postbank, Debeka oder der DKB angefragt und abgerufen“, sagt Zieltraffic-Vorstand Bernd Stieber. „Zieltraffic deckt neben der Kern-Expertise des Performance-Marketings auch alle weiteren Formen des Online-Marketings ab. Wir bieten keine Kampagne von der Stange, sondern betreuen jeden Kunden aus jeder Branche individuell. Diese Strategie zahlt sich aus, trotz der einsetzenden Marktkonsolidierung steigt die Nachfrage nach unseren Dienstleistungen weiterhin stark an.“

Sie haben Fragen?

wbpr Public Relations
Jan Manz
Münchner Str. 18
85774 Unterföhring

T +49 (0)89 99 59 06-13
F +49 (0)89 99 59 06-99

E jan.manz@wbpr.de

Zieltraffic AG

Carmen Limbach
Rosenheimer Straße 145 h
81671 München

T +49 (0)89 55 26 07-19
F +49 (0)89 55 26 07-99

E carmen.limbach@zieltraffic.de

Über Zieltraffic:

Die Zieltraffic AG (www.zieltraffic.de) wurde 2004 von Bernd Stieber, Werner Kubitscheck und Wolfgang Vogt gegründet. Zieltraffic ist eine der führenden Performance Marketing Agenturen in Europa. Zieltraffic bietet volle Transparenz bei maximaler Kostensicherheit und setzt damit einen neuen Trend im Online-Marketing – die so genannten „Erfolgsverantwortlichen Honorarmodelle“. Während bei konventionellen Honorarmodellen ein fester Teil des Online-Marketingbudgets als Agenturvergütung dient, zahlen die Kunden von Zieltraffic einzig für einen zuvor definierten Erfolgsfall, also beispielsweise je vermitteltem Neukunden. Zieltraffic geht für alle Kosten der Kampagne sowie für die Media-Kosten in Vorleistung und übernimmt so das komplette Risiko für den Erfolg der Kampagne. Im Bereich Banken- und Versicherungen ist Zieltraffic bereits Marktführer. Die Full-Service Online-Marketing Agentur beschäftigt über 50 Mitarbeiter an vier Standorten (München, Wien, Madrid, Stettin). Zu den Kunden von Zieltraffic gehören u.a. Finanz- und Versicherungsdienstleister wie z.B. Debeka, Deutsche Kreditbank (DKB) oder die Postbank. Zieltraffic ist eine 100-prozentige Tochter der Münchner FIDOR AG (www.fidor.de).