

PRESSEMITTEILUNG

KONTAKT:

Silke Trost; Telefon: 040 / 23642-133;
Silke.Trost@nielsen.com

ONLINE-CONTENT DIREKT UND UNKOMPLIZIERT AUSWERTEN: NIELSEN MY BUZZMETRICS ERMÖGLICHT KUNDENINDIVIDUELLE ANALYSEN

28. Mai 2008, Hamburg: Mit seinem neuen Produkt erschließt Nielsen eine weitere Dimension für die Auswertung von Consumer Generated Media (CGM): My BuzzMetrics ermöglicht es Kunden erstmals sich komplett selbständig, regelmäßig und aktuell zu bestimmten, von Internetnutzern diskutierten Themen zu informieren und diese in anschaulicher grafischer Darstellung zu analysieren. Über eine einzigartige Online-Applikation bietet My BuzzMetrics vielfältige Segmentierungsmöglichkeiten, wichtige Kennzahlen auf einen Blick und eine große Auswahl an Analysemodulen und Reportingoptionen. Zudem können Kunden zu verschiedensten Themen über komplexe Suchfilter Alerts definieren und werden dann automatisch per E-Mail benachrichtigt. Dabei verfügt My BuzzMetrics mit über 100 Millionen Blogs, Foren und Social Network-Sites über die gleiche enorme Quellentiefe und basiert auf der gleichen hochwertigen Methodik und ausgereiften Technologie wie die Auswertungsinstrumente der Nielsen Online-Analysten.

Die Beobachtung des Kommunikationskanals Internet ist für Unternehmen, Institutionen und Vereine längst unerlässlich, denn Consumer Generated Media gewinnt mit enormen Zuwachsraten stetig an Bedeutung. So verzeichnete zum Beispiel Twitter in Deutschland allein im April fast 1,0 Millionen Unique User, die den Mikroblogging-Dienst mindestens einmal besuchten*. Die Interaktion der Nutzer im Web wird bestimmt durch den Austausch über Themen, Produkte, Marken und Unternehmen. Die Online-Erfahrungswelten werden in den realen Alltag transferiert und beeinflussen Kauf- und Konsumententscheidungen, denn die Einstellungen und Erlebnisse anderer Nutzer prägen auch das eigene Meinungsbild. Die Analyse der Online-Stimmung versetzt Unternehmen und Institutionen in die Lage, negativen Tendenzen im Web entgegenzuwirken und positive Assoziationen mit entsprechenden Kommunikationsmaßnahmen zu verstärken.

Konnte die Analyse des Online-Contents bislang nur über komplexe, vielschichtige Prozesse durch die Analysten von Nielsen Online erfolgen, so reduziert My BuzzMetrics diesen Prozess auf ein

übersichtliches Dashboard, welches Kunden selbständige Auswertungen ermöglicht. Die von My BuzzMetrics gelieferten, schnellen Einblicke können darüber hinaus weiterhin durch umfassende, qualitative Analysen der professionellen Nielsen Online-Forscher ergänzt werden, die für zusätzliche Transparenz sorgen und zu einer ganzheitlichen Sicht der Marken- und Produktwahrnehmung beitragen.

* Dieses Ergebnis lieferte die aktuelle Nielsen Online Nutzerstatistik.

Über Nielsen Online

Nielsen Online, ein Service von The Nielsen Company, liefert umfangreiche und unabhängige Messungen und Analysen von Online-Nutzern und -Werbung, Video, nutzergenerierten Inhalten und Konsumentenverhalten. Diese waren bisher unter den Marken Nielsen//NetRatings und BuzzMetrics bekannt. Mittels qualitativ hochwertigen, technologiebasierten Produkten und Dienstleistungen ermöglicht Nielsen Online seinen Kunden, wichtige Geschäftsentscheidungen im Hinblick auf das Internet, digitale Medien und Marketing auf eine solide Informationsbasis zu stützen. Für nähere Informationen besuchen Sie bitte www.nielsen-online.com.

Über Nielsen Media Research GmbH

Die in Hamburg ansässige Nielsen Media Research GmbH ermittelt bereits seit über 50 Jahren die Bruttowerbeaufwendungen in den Above-the-line-Medien in Deutschland sowie die Mediengattungen Direct Mail, Online, At-Retail-Media und Transport Media. Darüber hinaus erfasst Nielsen Media Research die Werbekreationen in den verschiedenen Medien. Mit der Kombination aus den werbestatistischen Daten und Kreationen deckt Nielsen Media Research die Anforderungspalette seiner Kunden ab und unterstützt diese mit Services wie zum Beispiel Medien- und Werbeforschung sowie individuellen Sonderanalysen und Softwarelösungen. Zu den Kunden gehören führende Konsumgüterhersteller, Handel und Dienstleister, Unternehmen in der Medien- und Unterhaltungsbranche, Werbeagenturen, Mediaagenturen sowie die Internet-Community. Die Nielsen Media Research GmbH ist ein Unternehmen von The Nielsen Company. Weitere Informationen erhalten Sie unter <http://www.nielsen.de>.

Über The Nielsen Company

The Nielsen Company ist ein führendes globales Informations- und Medienunternehmen, das seinen Kunden weltweit essentielle und integrierte Marketing- und Media-Informationen sowie Analysen und Branchenexpertise zur Verfügung stellt. Nielsen nimmt führende Marktpositionen in den Bereichen Marketing- und Verbraucherinformationen, Media-Informationen zu Fernsehen, Online-, Mobil- und weiteren Medien, Fachmessen sowie Business Publications (Billboard, The Hollywood Reporter, Adweek) ein. Das in Privatbesitz befindliche Unternehmen ist in mehr als 100 Ländern aktiv mit Hauptsitz in New York (USA). Weitere Informationen finden Sie im Internet unter www.nielsen.com.