

Relaunch: Aus der ehemaligen B2B-Unit wird CROSSMEDIA PRO

Der Düsseldorfer Independent professionalisiert sein Angebot mit neuer Leitung, gewachsenem Team und spezialisierten Tools

Düsseldorf, 02. Dezember 2020. Die unabhängige Mediaagentur CROSSMEDIA positioniert sich mit ihrem erweiterten Angebot CROSSMEDIA PRO neu am Markt. Dahinter steht eine selbstständige Business Unit, die sich – unter der Leitung von Neuzugang Verena Falk – auf komplexe Mediaplanungen weltweit im B2B- und Special-Interest-Segment spezialisiert hat. Mit Erfolg: Crossmedia gewinnt durch die Erweiterung ihres Leistungsangebots eine Handvoll Neukunden, darunter zuletzt die Apfelmarke Kanzi, Projekte der NürnbergMesse GmbH, den Wärmepumpenspezialist Nibe sowie – ganz frisch – zwei weitere Kunden aus den Bereichen Sicherheitstechnologie und Werkstoffherstellung, die namentlich noch nicht genannt werden dürfen.

Bereits seit 15 Jahren verfügt Crossmedia über eine umfassende Expertise im B2B-Marketing. Seit jeher verantwortet die Agentur integrative Kampagnen für nationale wie internationale Messen und arbeitet für Kunden aus den unterschiedlichsten Branchen wie Chemie, Energie oder Maschinenbau. Als Client Service Director verantwortet Falk das Kundengeschäft und führt im Sparring mit dem geschäftsführenden Gesellschafter Georg Tiemann das Team. Gemeinsam haben sie das erweiterte B2B-Angebot unter dem Namen „Crossmedia Pro“ auf ein neues Level gehoben und professionalisiert.

Spezialisierte Tools für die B2B-Mediaplanung

Eine im B2C-Bereich längst gelebte, im B2B-Segment aber noch nicht in der Breite angekommene Praxis, ist die Nutzung von 1st, 2nd und 3rd Party-Daten. Hier setzt das Crossmedia Pro-Team mit Hilfe spezieller, teils selbst entwickelter Tools an, die den gesamten Kommunikationsprozess begleiten: von der Recherche geeigneter Medien über den Planungsprozess bis hin zu webbasierten Dashboard-Lösungen, mit denen Kunden jederzeit alle relevanten Daten und Reportings rund um ihre Kampagnen finden.

Mit dem B2B Media Explorer verfügt die Unit über eine eigene Datenbank mit mehr als 6.000 internationalen Fachmedien, von der die gesamte Agentur profitiert. Für die weltweite Budgetverteilung hat Crossmedia Pro zudem einen eigenen Ansatz zur strategischen Budget-Allokation entwickelt. Weitere Erneuerungen sind in Planung: So will der Independent zum Beispiel zukünftig stärker Kundendaten für die Medienselektion und -planung nutzen. Tiemann erklärt:

„Gerade B2B Kunden verfügen meist über tiefgreifendes Wissen ihrer Geschäftspartner und Kunden. Leider fließen diese Daten teilweise nur unzureichend in die Kommunikationsplanung mit ein. Hier setzen wir an und verzahnen die Welten der non-personellen Mediaplanung mit der kundenbezogenen Kommunikation. Die aufwändige und intensive Beratung wird von unseren Kunden geschätzt und liefert für ihr Business direkt messbare Vorteile.“ Die in den letzten Jahren von vier auf 15 Mitarbeiter gewachsene Unit entwickelt ausgeklügelte Konzepte und individualisiert Ansätze und Strategien entlang der breiten Branchenvielfalt ihrer Kunden. Akkumuliert sprechen die Teammitglieder insgesamt elf Sprachen, darunter Russisch, Chinesisch oder Slowenisch – ein Vorteil, der die Zusammenarbeit mit Vermarktern weltweit um ein Vielfaches optimiert.

Auch Verena Falk sieht großes Potenzial in der Nische: „Gerade in der digitalen Transformation gilt es einen flexiblen Partner an der Seite zu haben. Die Experimentierphase ist vorbei: Kunden sind mehr denn je gefordert, vom Gewohnten umzudenken und digital aufzurüsten. Wir sind gut

aufgestellt, können erhebliche Erfahrung anwenden und gehen sehr individuell in die Analyse – diese Expertise schätzen unsere Kunden.“ Bereits heute betreut das Team neben den oben genannten Neukunden seit vielen Jahren die Messengesellschaften Messe Berlin, Düsseldorf und Essen sowie die Unternehmen Wacker Neuson & Kramer, Uniper, Lanxess und BOBST.

Mehr Infos gibt es auch auf der Microsite: www.crossmedia.de/b2b

Über CROSSMEDIA

CROSSMEDIA steht für unabhängige und differenzierende Kommunikationsberatung. Seit Agenturgründung 1997 hat sie sich als die Alternative zu den globalen Media-Networks etabliert. Mit insgesamt über 550 Mitarbeitern ist CROSSMEDIA mit acht Büros in Deutschland, den USA sowie Großbritannien vertreten. Als einzige Mediaagentur Deutschlands lässt sich CROSSMEDIA seit 2007 ihre interessenneutrale Mediaberatung im Sinne der Transparenz jährlich zertifizieren. Beim Deutschen Mediapreis 2018 erhält CROSSMEDIA für Haltung und stetige Weiterentwicklung die Auszeichnung „Agentur des Jahres“. Zum Kundenportfolio gehören u. a. Ärzte ohne Grenzen, Bifi, Bundeswehr, DER SPIEGEL, Fressnapf, HeyCar, LIDL, Suzuki und Tamaris. www.crossmedia.de

Pressekontakt

CROSSMEDIA GmbH

Nicole Weschke | Franziska Kook

Hildebrandtstraße 24 A

40215 Düsseldorf

fon: 0211.86652.441 | .442

mobil: 0173.6706762 | 0178.5647272

weschke@crossmedia.de | kook@crossmedia.de