

Neues Gesicht bei MediaAnalyzer: Susanne Krämer ist neue Projektleiterin



Susanne Krämer verstärkt seit Anfang Januar 2011 das Team des Hamburger Unternehmens für Werbewirkungsforschung MediaAnalyzer. Die 33-jährige Soziologin war als Projektleiterin zuvor drei Jahre bei Harris Interactive für die Durchführung nationaler und internationaler Marktforschungsstudien aus den Bereichen Werbewirkungsforschung, Produktforschung und Customer Experience Research verantwortlich. Darüber hinaus bringt Susanne Krämer aus ihrer beruflichen Laufbahn ausführliche Erfahrungen im Bereich der qualitativen Forschung mit.

MediaAnalyzer baut damit seine Kompetenz in den wichtigen Forschungsbereichen Product, Consumer Insights und qualitative Werbewirkung gezielt aus, um optimal auf die vielschichtigen Fragestellungen seiner Kunden einzugehen.

Über MediaAnalyzer:

MediaAnalyzer, mit Firmensitz in Hamburg und New York sowie Partnern in Belgien, Großbritannien, der Schweiz, der Slowakei und Südostasien gilt mit den zum Patent angemeldeten Forschungstool AttentionTracking™ und EmotionTracking als eines der weltweit führenden Marktforschungsinstitute für internetgestützte Werbewirkungstests. Zu den Kunden gehören führende Markenartikler (u.a. Bayer HealthCare, Beiersdorf, Nestlé, Ferrero, Colgate-Palmolive, Das Erste, HypoVereinsbank, JCDecaux, Johnson&Johnson, L'Oréal, BMW, Procter&Gamble, Siemens, Toyota, Unilever), international tätige Verlage (Condé Nast, Die Zeit, Economist, Financial Times Deutschland, Heise, Holtzbrinck Gruppe, New York Times), führende Marktforschungsinstitute (GfK, Ipsos) und international tätige Werbeagenturen (BBDO, FJR, Ogilvy & Mather).