

Contest: „Freigeist-Award“

Start Up



Kurzvorstellung des Teams

Marc Egger ist Experte auf dem Gebiet der Social Network Analysis. Er forschte mehrfach am MIT in diesem Bereich. André Lang besitzt Erfahrung in der Gründung von Unternehmen. Er entwickelte wissenschaftlich-technische Softwareanwendungen u.a. für EADS, Lockheed Martin und die U.S. Navy Dahlgren Division. Dominik Temerowski studierte an der Technischen Universität Dalian, China, und an der Universität Köln. Er sammelte Praxiserfahrungen im Branding in der Hugo Boss Asienzentrale, Hongkong, bei der Deutschen Bundesbank, sowie im PR beim TSV Bayer 04 Leverkusen

Die Idee

Arcesio bietet Unternehmen Analysen ihres Markenimages im Internet durch das Vergleichbarkeit bietende Format der Brand Concept Maps an. Das auf Internetdaten (Verbraucherbewertungen etc.) übertragene Format wird von Arcesio unter dem Namen Arcesio Brand Network Maps geführt.

Entwicklungsstand / Umsetzung

Ein Prototyp liegt vor und wurde in der Sonderveröffentlichung Marken der Marketingfachzeitschrift Absatzwirtschaft im März 2010 behandelt. Zurzeit laufen Gespräche mit ersten Kunden.

Vision

Social Media beeinflusst immer stärker das Markenimage von Unternehmen. Arcesio wird international zum Qualitätsanbieter von online Markenanalysen und -Beratung aufsteigen.

Einnahmemodell

Arcesio liefert eine mit klassischer Marktforschung vergleichbare Qualität. Deshalb liegen seine Analysen je Auftrag preislich auf gleichem Niveau wie diese. Dem Preisabschlag von 30-50% von Online-Marktforschern wird aufgrund eines klaren Qualitätsvorteils bei gleich hoher Geschwindigkeit nicht gefolgt.