

Searchmetrics ernennt Patric Liebold zum neuen VP EMEA

Searchmetrics bündelt seine Aktivitäten regional. Der bisherige Director Sales & Customer Services DACH rückt auf die neu geschaffene Position und verantwortet künftig als Vice President die Regionen Europa, Mittlerer Osten und Afrika (EMEA). Den Schwerpunkt bilden die Kernmärkte Deutschland, Großbritannien und Frankreich.

Berlin, 22. Februar 2016 – Searchmetrics, der weltweit führende Anbieter einer Search- und Content-Performance-Plattform, bündelt seine Aktivitäten regional und hat für den strategischen und operativen Ausbau eine neue Position geschaffen: Als neuer VP EMEA kümmert sich Patric Liebold ab sofort um alle Belange der gesamten EMEA Region. Ihm unterstellt sind alle regionalen Sales/CSM-Teams sowie die Professional Services. Den Schwerpunkt bilden die Kernmärkte in Deutschland, Großbritannien und Frankreich.

Liebold gehört bereits seit 2013 zum Unternehmen und rückt von seiner bisherigen Position als Director Sales & Customer Service DACH/BeNeLux auf. Hier verantwortete er den Ausbau des Neu- und Bestandskundengeschäftes in Deutschland, Österreich, Schweiz sowie den Benelux-Staaten. Für alle Märkte entwickelte und etablierte er ein vollumfängliches Servicemodell, um Kunden auch langfristig in gleichbleibender Qualität zu betreuen und den Kundenansprüchen gerecht zu werden.

„Patric hat in seiner Arbeit ein herausragendes Gespür für relevante Kundengruppen bewiesen und ein Servicemodell erarbeitet, mit dem wir unsere Kunden noch besser betreuen können. Mit seiner umfassenden Erfahrung im Kundenmanagement ist er eine exzellente Wahl für die neue Position“, so Volker Smid, CEO von Searchmetrics.

Über Searchmetrics

Searchmetrics ist der weltweit führende Anbieter einer Search- und Content-Performance-Plattform. Das Unternehmen verlässt sich dabei nicht auf Daten von Dritten: Die eigene historische Datenbank reicht sieben Jahre zurück und enthält mehr als 250 Milliarden ständig aktualisierte Informationen. Mit dem größten Datenpool der Branche bietet Searchmetrics seinen Kunden einen unschätzbaren Wettbewerbsvorteil.

Der Software-Anbieter verschafft seinen Kunden einen enormen Wissensvorsprung und hilft ihnen, neue Geschäftspotenziale zu identifizieren. Searchmetrics konzentriert sich nicht nur auf Rankings und Keywords, sondern analysiert die Performance von Content in jeder Dimension. Darüber hinaus ist die von Searchmetrics definierte SEO Visibility ein verlässlicher Indikator für die Sichtbarkeit von Websites in organischen Rankings von Suchmaschinen.

Searchmetrics bietet Agenturen, SEO-Teams oder Content Marketern Vorschläge für die Konzeptionierung, Identifikation und Optimierung relevanter Inhalte. Die Analysen machen deutlich, welche Inhalte in verschiedenen Ebenen wie organischen oder bezahlten Suchergebnissen sowie sozialen Netzwerken am besten funktionieren, wie der eigene Webauftritt aufgestellt ist und wie Inhalte eines Unternehmens im Vergleich zu denen ihrer Konkurrenten performen.

Mehr als 100.000 Nutzer weltweit arbeiten mit Searchmetrics, darunter namhafte Marken wie etwa T-Mobile, eBay, Tripadvisor, Siemens und Symantec. Sie alle vertrauen auf Searchmetrics und 10 Jahre Produktinnovationen, um das Beste aus ihrer Online-Performance herauszuholen.

Searchmetrics hat Standorte in Berlin, San Mateo, New York, London und Paris und wird von der Verlagsgruppe Holtzbrinck und den renommierten Risikokapitalgesellschaften Neuhaus Partners und Iris Capital gestützt. Weitere Informationen unter <http://www.searchmetrics.com/de/>

Pressekontakte:

Nadja Schiller
Searchmetrics GmbH
Senior Marketing Manager Brand & PR
+49 30 322 95 35 - 52
n.schiller@searchmetrics.com

Kathrin Hamann
ELEMENT C GmbH
Senior Consultant PR
+49 89 720 137 - 18
k.hamann@elementc.de