

Mavrix: Revolution im Marktforschungssektor durch KI- gestützte Innovation!

Mavrix, ehemals Azure Knowledge Corporation, revolutioniert mit KI-gestützten Marktforschungslösungen die Datenintelligenz weltweit.



USA - Die Azure Knowledge Corporation hat heute, am 23. Juli 2025, offiziell ihren Marktforschungssektor unter dem neuen Namen Mavrix umfirmiert. Dieser Schritt stellt eine strategische Weiterentwicklung der Unternehmensidentität und -mission dar, die darauf abzielt, sich den Herausforderungen einer sich rasch verändernden Marktlandschaft anzupassen. Die Umfirmierung ist in mehreren Phasen geplant, um einen reibungslosen Übergang zu gewährleisten.

Mavrix wird sich auf fortschrittliche Datenerhebungsmethoden spezialisieren, darunter Online-Panels, Telefoninterviews (CATI),

Face-to-Face-Interviews, qualitative Dienstleistungen, Expertennetzwerke sowie kundenspezifische Rekrutierung. CEO Rafal Gajdamowicz hebt hervor, dass Mavrix durch den Einsatz von KI-gestützten Datenqualitäts- und Visualisierungstools eine Führungsrolle in der Branche anstrebt.

Globale Präsenz und Technologiefokus

Mavrix hat eine beeindruckende globale Präsenz mit Teams in den USA, Kanada, Europa und Asien und ist auf sechs Kontinenten tätig. Das Unternehmen bietet rund um die Uhr Support und liefert Projekte in über 85 Ländern in mehr als 40 Sprachen. Diese weitreichende Vernetzung ermöglicht es Mavrix, komplexe, länderübergreifende Projekte durch die Kombination von KI-Tools mit menschlichen Erkenntnissen zu unterstützen.

Der Managing Director Neil Blefeld betont den Fokus auf langfristige Partnerschaften mit Kunden und hebt hervor, dass über 300 Unternehmen, darunter auch Fortune-500-Unternehmen, Mavrix für maßgeschneiderte Lösungen in verschiedenen Branchen nutzen. Um die erweiterten Fähigkeiten von Mavrix zu verdeutlichen, wurde eine neue Website gestaltet und das Erscheinungsbild des Unternehmens überarbeitet.

Der Einfluss von Künstlicher Intelligenz

Im Kontext der aktuellen Entwicklungen wird die entscheidende Rolle von Künstlicher Intelligenz (KI) in der Datenanalyse seit Jahren verstärkt thematisiert. Verschiedene Unternehmen, darunter der KI-Wissensbutler JAMES, haben gezeigt, wie Automatisierung in der Datenanalyse schnelle Antworten auf Fragen ermöglicht und somit Effizienzsteigerungen mit sich bringt. JAMES nutzt Natural Language Processing (NLP) und maschinelles Lernen, um kontinuierlich die Qualität der Antworten und Vorschläge zu verbessern, was für Projekte wichtige Daten und Statistiken bereitstellt.

Die Integration von KI in die Datenanalyse, wie sie auch bei Mavrix angestrebt wird, steigert nicht nur die Effizienz, sondern ermöglicht auch die frühzeitige Identifizierung von Trends und Mustern durch Vorhersageanalysen. Diese Technologien sind entscheidend für die Entwicklung zukünftiger Marketingstrategien und Produktideen, was Mavrix dabei helfen wird, in den nächsten 25 Jahren transformative Auswirkungen im Geschäftsumfeld zu erzielen.

Insgesamt ist Mavrix bestrebt, Technologie und menschliches Fachwissen zu verbinden, um die höchsten Standards in der Branche aufrechtzuerhalten und damit die Beurteilungen von Datenanalysen und Marktstudien zu revolutionieren. Mit dieser klaren Ausrichtung positioniert sich Mavrix als führender Anbieter im Bereich der technologiegestützten Marktforschung.

Für weitere Informationen besuchen Sie bitte die [ots.at](https://www.ots.at) und [james-butler.net](https://www.james-butler.net).

Details	
Vorfall	Sonstiges
Ort	USA
Quellen	<ul style="list-style-type: none">• www.ots.at• news.james-butler.net

Besuchen Sie uns auf: [die-nachrichten.at](https://www.die-nachrichten.at)