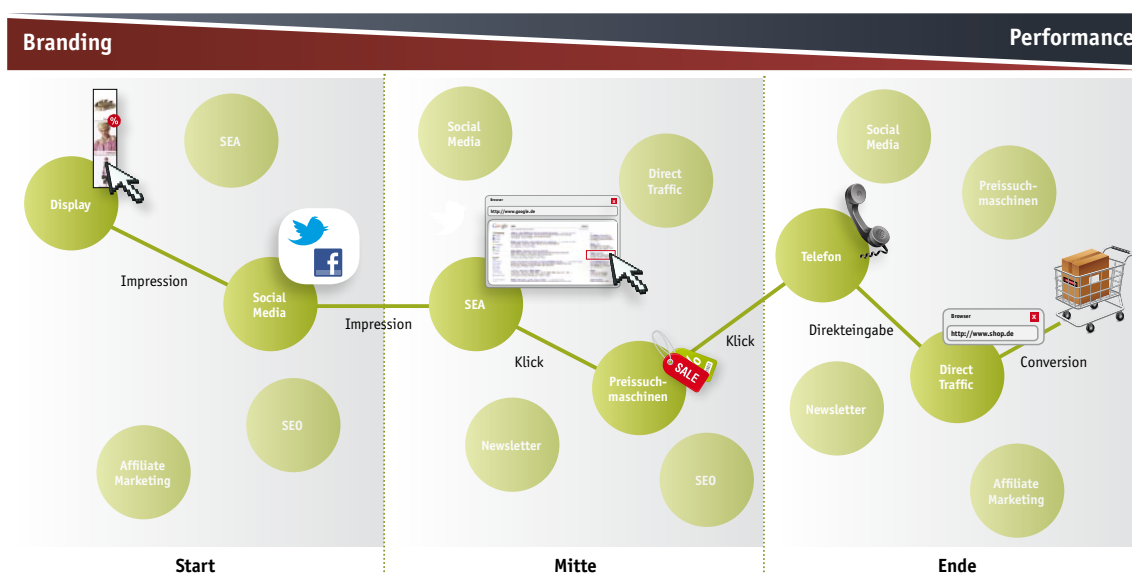


# Multichannel-Tracking

Mit dem Multichannel-Tracking von intelliAd können Sie Leistungsdaten wie Klicks, Impressions, Conversions und Einnahmen über die Kanäle Telefon, SEA, SEO, Social-Media, Direct-Traffic, Preissuchmaschinen, Display, Newsletter und Affiliate-Marketing messen. Dieser 360°-Blick ermöglicht es, Cross-Channel-Effekte zu identifizieren und das Online-Werbebudget leistungsgerecht für die einzelnen Bereiche einzusetzen. Das Bid-Management nutzt die Multichannel-Trackingdaten für effiziente CPC-Regelungen.



Mit dem Multichannel-Tracking können Klicks und Impressions innerhalb der User-Journey medienübergreifend abgebildet werden

## Was leistet das Produkt?

- ✓ Die Leistung aller Online-Marketing-Kanäle in einem System
- ✓ Telefon- und Impression- bzw. Postview-Tracking
- ✓ kanalübergreifende Auswertung von User-Journeys bis auf Keyword-Ebene
- ✓ Realitätsnahe Abbildung der Wertschöpfungskette anhand von Attribution-Modellen
- ✓ Nutzung von Onsite-Daten wie Bounce-Rate, Zeit und Seiten pro Besuch
- ✓ Aufwandsreduzierung durch Einsatz eines Master-Conversion-Pixels
- ✓ Bereinigung von doppelten Order-IDs und Storno-Management

## Wer profitiert von dem Produkt?

- Alle Marketing-Manager, die in verschiedenen Online-Kanälen werben
- E-Shops, die Produkte mit einem längeren Entscheidungsprozess verkaufen

## Kundenmeinung

One Advertising AG

„Mit dem Multichannel-Tracking können wir für unsere Kunden alle Channels auf einen Blick analysieren und Synergien erkennen.“

Christian Spieker, Vorstand Marketing/Consulting, One Advertising AG