

Pressemeldung

dmexco 2014: Beacons lotsen Messebesucher zu freien Kapazitäten

Neue Analysen aus dem größten europäischen Beacons-Einsatz belegen die Impulskraft der kleinen Sender

München, 07. November 2014 – Kann man mit Hilfe von Beacons Besucherströme auf einer Messe lenken? Man kann! Eine aktuelle Auswertung von intelliAd zur dmexco, der weltgrößten Messe & Konferenz der digitalen Wirtschaft, zeigt: Mit Hilfe der kleinen Sender gelang es beispielsweise, Besucher von zwei voll belegten Snack-Points zu einer Essensausgabe mit weniger Andrang zu lenken. Innerhalb von nur fünf Minuten gingen 38 Prozent der angesprochenen Besucher zu einem freien Snack Point in einer anderen Halle. Weitere Daten aus dem Beacons-Einsatz: Ein Tagesbesuch der dmexco dauerte im Durchschnitt sieben Stunden und 80 Prozent der Messegäste, die sich die dmexco-App heruntergeladen hatten, konnten mit Push-News angesprochen werden. Beacons sind kleine Sender, die Smartphones via Bluetooth Nachrichten zukommen lassen können. Voraussetzung ist, dass der Smartphone-Nutzer ein entsprechendes Programm, eine App, installiert und Bluetooth aktiviert hat.

Frank Schneider, Director Marketing, Sales & Operations der dmexco: „Die über die dmexco-App und die intelliAd-Beacons gewonnenen Insights sind für uns als Verantwortliche nicht nur spannend, sondern auch sehr hilfreich. Die Daten helfen uns, das Messeangebot für die kommenden Jahre weiter zu optimieren.“

Der bisher größte Beacons-Einsatz in Europa war ein Gemeinschaftsprojekt zwischen der dmexco, intelliAd Media GmbH, Ströer Media AG und widjet GmbH. Auf der weltweit führenden Konferenzmesse für die digitale Wirtschaft stattete der Münchner Tracking-Spezialist und Anbieter einer Performance-Marketing-Plattform u.a. Werbeträger der Ströer Media AG mit hunderten von Beacons aus. Dabei platzierte intelliAd seine eigens entwickelten Sender im kompletten Kölner Hauptbahnhof, auf dem Messegelände, in den Hallen der dmexco sowie auf dem Weg zwischen Messe und Bahnhof. Messebesucher, die die aktuelle dmexco-App auf ihrem Smartphone installiert und die Bluetooth-Verbindung aktiviert hatten, konnten sich ortsgebundene Informationen auf ihr Smartphone schicken lassen.

„Der erfolgreiche Einsatz der Beacons auf der dmexco zeigt exemplarisch, welche Wirkung sich damit erzielen lässt. Aber nicht nur für Messeveranstalter, auch für Handelsunternehmen können Beacons wertvolle Kundeninsights liefern“, erklärt Mischa Rürup, COO der intelliAd Media GmbH. „Mit unserer Beacon-Technologie lässt sich die Customer Journey ganzheitlich nachvollziehen – sowohl Online als auch Offline. Unternehmen können Kunden dann gezielt und individuell ansprechen.“

Nach dem erfolgreichen Praxistest auf der dmexco sind bereits neue Projekte mit den intelliAd-Beacons geplant. Die Einsatzmöglichkeiten sind dabei äußerst vielfältig, je nachdem für welche Branche die Beacons eingesetzt werden.

Infografik dmexco-Besucherströme zum Download (hochauflösend):

http://bit.ly/Beacons_Infografik

Porträt von Mischa Rürup, COO der intelliAd Media (hochauflösend):

http://bit.ly/Portrait_Mischa_Rürup

Pressebild Beacons auf der dmexco (hochauflösend):

http://bit.ly/Beacons_dmexco

Über intelliAd:

intelliAd bietet Agenturen und Werbekunden eine Performance-Marketing-Plattform, mit der Advertiser ihre Online- und Offline-Kampagnen ganzheitlich messen, verstehen und optimieren können. Mit dem *intelliAd Multichannel-Tracking* können Unternehmen die Customer-Journey vollumfänglich analysieren. Die eigene *Beacon-Technologie* sorgt dabei für eine Verschmelzung der On- und Offline-Daten. Aus einer Hand lassen sich neben den Kanälen Online, TV, Telefon und physischen Mailings zum Beispiel Kundenströme in Geschäften, Bahnhöfen und auf Veranstaltungen auswerten und in die Online-Marketing-Aktivitäten einbinden. Die umfangreiche Datenbasis aus dem Tracking fließt unmittelbar in die Gebotsoptimierung des *Bid-Managements* für Search, Display und Facebook ein. Das *intelliAd Real-Time-Bidding* optimiert die Auslieferung von Werbemitteln in Echtzeit. So können Marketingverantwortliche Werbung aus Sicht des Users planen. Namhafte Unternehmen wie Immonet, O2, weg.de, mytheresa.com, Sportscheck, ad agents, pilot, iProspect, explido und plan.net vertrauen auf intelliAd. Seit Juli 2012 ist intelliAd ein Unternehmen von Deutsche Post DHL. www.inteliad.de

Pressekontakt:

intelliAd Media GmbH

Sarah Unseld

Tel.: +49(0)89 – 15 90 490 26

E-Mail: sarah.unseld@inteliad.de

cocodibu GmbH

Franziska Pilz

Tel.: +49 (0)89 – 46 133 46 14

E-Mail: f.pilz@cocodibu.de