

Pressemeldung

„Der 360-Grad-Ansatz überfordert viele Kampagnen-Manager.“

intelliAd präsentiert auf der dmexco sein neues Management-Dashboard mit Kanalvergleich / Neue Messgröße CLV fließt in die Gebotsoptimierung mit ein

München, 02. September 2014 – SEA, Display, E-Mail, Facebook, Retargeting, TV – zehn und oft sogar mehr Marketingkanäle bespielen Online-Marketing-Manager gleichzeitig. Für den gewünschten 360°-Ansatz ist eine Flut an Reports und Performance-Daten nötig. Bis zu 30 Prozent seiner Zeit verbringt ein Kampagnen-Manager daher täglich damit, Reports zu ziehen, seine Kampagnen zu prüfen und dann zu optimieren. „Der 360-Grad-Ansatz überfordert viele Kampagnen-Manager. Sie müssen mit verschiedenen Tools arbeiten, sich hier und da die Messgrößen holen und verlieren darüber den Überblick. Dann werden auch mal falsche Budgetentscheidungen getroffen“, weiß Tobias Kiessling, CTO der intelliAd Media GmbH, aus vielen Beratungssituationen mit den Direktkunden der Performance-Marketing-Plattform.

intelliAd sorgt mit seinem komplett überarbeiteten Management Dashboard jetzt für Komplexitätsreduzierung. Pünktlich zur dmexco gehen die beiden Dashboard-Seiten „Multichannel“ und „Rebuy“ live. Kunden können sich das Multichannel-Dashboard auf ihre Kanäle und wichtigsten Erfolgsgrößen (KPIs) konfigurieren. So erhalten Kampagnen-Manager einen schnellen Überblick über die Channel-Performance im Gesamtzeitraum sowie im Zeitverlauf. Eine sehr große Hilfe für die optimale Budgetallokation und zur Verbesserung des genutzten Attributionsmodells.

Das ebenfalls neue Rebuy-Dashboard zeigt die wichtigsten Rebuy-KPIs wie „Anzahl Sales Wiederkäufe“, „Einnahmen Sales Wiederkäufe“ und „durchschnittlicher Sales Wiederkaufswert“. Es liefert eine Übersicht über die Performance der wichtigsten Rebuy-KPIs im Gesamtzeitraum sowie im Monatsverlauf. Dabei wird unterteilt in den Erstkauf- und Wiederkauf-Anteil. Dies erlaubt Rückschlüsse auf den Customer Lifetime Value (CLV). Die Steigerung von Folgekäufen etwa durch Newsletter lässt sich damit überwachen.

Der Customer-Lifetime-Value (CLV) fließt bei intelliAd nun auch in die Gebotsoptimierung mit ein und gibt Auskunft darüber, wie viel ein Neukunde kosten darf und wie viel ein Bestandskunde tatsächlich wert ist. Diese oft gestellten Fragen lassen sich nun durch die Berechnung des Gewinns, der pro Kunde über die gesamte Dauer der Kundenbeziehung hinweg generiert wird, exakt beantworten.

Noch im vierten Quartal 2014 kommen zu den Dashboard-Seiten Multichannel und Rebuy noch weitere Pages hinzu.

„Wir helfen den Unternehmen dabei, den Überblick über ihre Marketing-Aktivitäten zu behalten und auf einer statistisch validen Grundlage ihre Werbebudgets zu verteilen – ganz im Sinne des Multichannel-Ansatzes“, ergänzt Kiessling.

intelliAd präsentiert sich zusammen mit der Deutschen Post und dem Tochterunternehmen Optivo auf der dmexco 2014 in Köln in Halle 8 / B021 C020.

Über intelliAd:

intelliAd bietet Agenturen und Werbekunden eine Performance-Marketing-Plattform, mit der Advertiser ihre Online- und Offline-Kampagnen einschließlich TV und Telefon messen, verstehen und optimieren können. Mit dem intelliAd Multichannel-Tracking können Unternehmen die Customer-Journey 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 und Telefon 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 kann das Marketing Werbung aus Sicht des Users planen. Namhafte Unternehmen wie Immonet, O2, weg.de, Medion, 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

T: +49 (0)89 / 15 90 490 - 26

F: +49 (0)89 / 15 90 490 - 33

E: sarah.unseld@inteliad.de