

Pressemitteilung

intelliAd gewinnt deutschen Stevie Award für seine ganzheitliche Beacon-Lösung

Beacons ermöglichen 360°-Messung der Customer-Journey, Showcase auf der Internet World am 24./25. März 2015

München, 27. Februar 2015 – intelliAd, führendes Technologieunternehmen in der 360°-Optimierung aller Performance-Marketing-Aktivitäten, wird als einziger Beacon-Anbieter für seinen ganzheitlichen Ansatz mit einem German Stevie® Award ausgezeichnet. Der international renommierte Wirtschaftspreis wird 2015 erstmals in Deutschland verliehen (www.stevieawards.com/gsa/). Die Beacon-Technologie von intelliAd, die es ermöglicht, die Customer Journey von Kunden vollständig abzubilden, wurde in der Kategorie „Bestes neues Produkt oder Dienstleistung – Business-to-Business“ mit einem Stevie in Bronze prämiert. Überreicht werden die German Stevie® Awards am 27. März 2015 im Rahmen einer feierlichen Veranstaltung in Berlin.

Das Besondere an der Beacon-Technologie von intelliAd ist, dass sich beispielsweise die Customer Journey von Kunden erstmals vollständig abbilden lässt. Unternehmen können so ihre Marketingaktivitäten und Serviceleistungen effizienter auf Kundenwünsche abstimmen. Händler sind damit beispielsweise in der Lage, Kundenströme in ihren Geschäften zu messen und ihre Produktplatzierungen zu optimieren. Darüber hinaus können sie ihren Kunden zielgerichtet und ortsgebunden Informationen, Angebote und Rabattaktionen anzeigen oder sie mit ihrer digitalen Einkaufsliste entsprechend durch die einzelnen Gänge navigieren. Mehr Informationen unter <http://www.intelliad.de/beacons/>.

Die jetzt ausgezeichnete, ganzheitliche Beacon-Technologie präsentiert intelliAd auch auf der wichtigsten deutschen eCommerce-Messe, der Internet World, die am 24. und 25. März in München stattfindet (www.Internetworld-messe.de). Messebesucher haben dort die Möglichkeit, Beacons live vor Ort zu testen. Dabei werden mögliche Einsatzszenarien demonstriert: das Tracking (z.B. das Aufzeigen der Besucheranzahl im Store und die Überführung in Heatmaps), erweitertes Tracking (z.B. vorherige Touchpoints der User mit der Marke), die Cross-Channel-Interaktion (z.B. ein User recherchiert online und erhält eine Push-Nachricht mit Rabatt noch im Store) und die proaktive User-Ansprache (z.B. das Beacon-gesteuerte Ausliefern von Push-Nachrichten). Unabhängig von der Internet World Messe können Interessenten die Beacon-Technologie auch im Showroom von intelliAd in München testen.

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.intelliad.de

Pressekontakt:

intelliAd Media GmbH

Christoph Hölzl

Tel.: +49(0)89 – 15 90 490 140

E-Mail: choelzl@intelliad.de

cocodibu GmbH

Franziska Pilz

Tel.: +49 (0)89 – 46 133 46 14

E-Mail: f.pilz@cocodibu.de

