

Pressemitteilung

intelliAd-Technologie maximiert Werbewirkung „TV-Online-Sync“ für das perfekte Zusammenspiel zwischen TV- und Onlinewerbung

- **Höhere Effizienz von TV-Spendings durch Optimierung des Mediaplans**
- **TV-Kampagnen in Echtzeit ins Web verlängern**
- **Mitbewerber-Spots zur Steigerung der eigenen Verkäufe nutzen**

München, 25. August 2015 – Ab sofort ist eine vollständige, intelligente Vernetzung von TV- und Onlinewerbung möglich, die sowohl den Abverkauf im Netz als auch die Effizienz der TV-Spendings optimiert. Mit „TV-Online-Sync“ ermöglicht intelliAd Werbetreibenden jetzt eine zukunftsweisende Cross-Channel-Mediaplanung, die sogar Spots von Mitbewerbern nutzen kann, um zusätzliche Umsätze zu generieren. Das Münchner Technologieunternehmen kombiniert dafür umfassendes TV-Tracking in Echtzeit sowie detaillierte TV-Online-Wirkungsanalysen mit der neuen intelliAd TV-Triggering-Technologie. So können zum einen Mediapläne für TV-Werbung optimal auf die tatsächliche Reaktion der Zielgruppe zugeschnitten werden. Darüber hinaus lassen sich TV-Kampagnen parallel mit Suchmaschinen- und Displaywerbung in Echtzeit im Netz synchronisieren, um ein Maximum an Werbewirkung zu erzielen. „Impact-Booster“ ist ein weiterer Baustein des ganzheitlichen Tracking- und Optimierungsansatzes von intelliAd.

Die Einsatzmöglichkeiten von TV-Online-Sync

Grundlage der ganzheitlichen Optimierung ist das intelliAd TV-Tracking, das alle auf deutschen Fernsehsendern ausgestrahlten Werbespots sowie ihre Inhalte automatisch erfasst. Parallel zur TV-Werbung können intelliAd-Kunden so in Echtzeit den Werbedruck bei relevanten Keywords und Display-Platzierungen erhöhen, um das durch TV-Spots gestiegene Kaufinteresse online in konkrete Mehrverkäufe zu überführen (TV-Triggering). Dabei kann die Suchmaschinen- und Bannerwerbung sowohl mit den eigenen Spots der Werbetreibenden synchronisiert werden als auch mit relevanter TV-Werbung von Mitbewerbern. In beiden Fällen wird über intelligente Bietstrategien die Sichtbarkeit des Werbetreibenden im Netz für kurze Zeit nach dem Spot gezielt erhöht.

Außerdem untersucht intelliAd auf Basis seines ganzheitlichen Trackings, wie sich die Wirkung der TV-Spots auf den Webshop oder die Webseite hinsichtlich Traffic und Conversions abhängig von den Rahmenbedingungen ändert. Durch eine Analyse des Zusammenspiels von Faktoren wie Spotmotiv, Sender, Zeitschiene, Genre/Programmumfeld und der Position im Werbeblock ermittelt das intelliAd Consulting-Team im Rahmen einer TV-Online-Impact Analyse das optimale Umfeld für jeden Spot. So können Mediapläne basierend auf empirischen Daten optimiert und große wie kleine TV-Budgets höchsteffizient eingesetzt werden.

Mit der technologischen Lösung „TV-Online-Sync“ realisiert intelliAd durch die optimale Koordination der beiden wichtigsten eCommerce-Werbekanäle TV & Online große Synergieeffekte, die unmittelbar die Kampagnen-Performance verbessern.

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, iProspect, explido und plan.net vertrauen auf intelliAd. Seit Juli 2012 ist intelliAd ein Unternehmen von Deutsche Post DHL Group. www.intelliad.de

Pressekontakt:

intelliAd Media GmbH
Christoph Hölzl
Tel.: +49 (0)89 – 15 90 490 140
E-Mail: christoph.hoelzl@intelliad.de

cocodibu GmbH
Franziska Pilz
Tel.: +49 (0)89 – 46 133 46 14
E-Mail: f.pilz@cocodibu.de