

Pressemitteilung

intelliAd-Technologie synchronisiert Werbestrategien TV-Impact-Boost: Synergie zwischen TV- und Onlinewerbung

- **Effizienzsteigerung von TV-Spendings durch Mediaplan-Optimierung**
- **Verlängerung von TV-Kampagnen ins Web in Echtzeit**
- **Nutzung von Mitbewerber-Spots zur Absatzsteigerung**

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. TV-Impact-Boost ermöglicht eine zukunftsweisende Cross-Channel-Mediaplanung, die sogar Spots von Mitbewerbern für die Umsatzgenerierung nutzt. Das Münchner Technologieunternehmen intelliAd kombiniert dafür umfassendes TV-Tracking in Echtzeit sowie tiefgreifende TV-Online-Impact Analysen mit der intelliAd TV-Triggering Technologie. So können die eigenen Mediapläne für TV-Werbung optimal auf die tatsächliche Reaktion der Zielgruppe zugeschnitten werden und Kampagnen parallel über Suchmaschinen- und Display-Werbung in Echtzeit im Netz verlängert werden, um die Gesamtpformance zu steigern. TV-Impact-Boost ist damit ein weiterer Baustein des ganzheitlichen Tracking- und Optimierungsansatzes von intelliAd.

Möglichkeiten durch TV-Impact-Boost

Grundlage der ganzheitlichen Optimierung ist die intelliAd TV Tracking Lösung, die alle ausgestrahlten Werbespots sowie ihre Inhalte automatisch erfasst. So können intelliAd Kunden in Echtzeit den Werbedruck bei relevanten Keywords und Display-Platzierungen erhöhen, um das gestiegene Kaufinteresse in konkrete Absatzsteigerung zu überführen (TV-Triggering). Dies ist sowohl für eigene Spots, als auch für relevante TV-Werbung von Mitbewerbern möglich, um Käufer gezielt in den eigenen Shop umzulenken.

Außerdem untersucht intelliAd auf Basis seiner ganzheitlichen Tracking Daten, wie sich der Uplift (Traffic/Conversions) der TV-Spots abhängig von den Rahmenbedingungen ändert. Durch Analyse des Zusammenspiels aus Faktoren wie Spotmotiv, Sender, Zeitschiene, Genre/Programmumfeld und der Position im Werbeblock ermittelt das intelliAd Consulting Team das optimale Umfeld für jeden Spot (TV-Online-Impact Analyse). So kann der Mediaplan basierend auf empirischen Daten optimiert und das zum Teil millionenschwere TV-Budget höchsteffizient eingesetzt werden.

TV-Impact-Boost schafft so durch die Synchronisation der beiden wichtigsten eCommerce-Werbekanal TV & Online große Synergieeffekte, die sich unmittelbar auf die Performance auswirken.

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