

Pressemitteilung

intelliAd-Technologie nutzt Impulswirkung von TV für Online-Conversions „TV Triggering“ – Damit die Warenkörbe schnell voll sind

- **Nach TV-Spots steigt Kaufinteresse im Web sprunghaft an**
- **TV Triggering schafft durch Synchronisation von TV- und Onlinewerbung Synergieeffekte und eine bessere Performance**
- **Auch auf TV-Spots des Wettbewerbs kann gezielt reagiert werden**

München – Fernsehen und Internet sind für viele Werbetreibende aus der eCommerce-Branche die Hauptwerbekanäle. Die Branche gab 2014 in Deutschland insgesamt über 1,4 Milliarden Euro für Fernsehwerbung aus¹ – doch bislang wird die Impulswirkung von TV nicht gezielt in mehr Conversions und höhere Performance im Web überführt. Mit TV Triggering, der neuen Lösung von intelliAd Media, können Werbetreibende ihr Onlinemarketing nun intelligent in Echtzeit auf TV-Spots abstimmen. Damit erzielen sie eine optimale Sichtbarkeit, höhere Conversion Rates und damit mehr volle Warenkörbe im Netz. Alles kann auf einer Plattform mit von intelliAd inhouse entwickelten Technologielösungen transparent gesteuert werden. intelliAd ergänzt mit der Einführung des TV Triggering seinen ganzheitlichen Tracking- und Optimierungs-Ansatz, der in diesem Umfang einmalig im Online Marketing ist.

So funktioniert TV Triggering:

intelliAd erfasst alle im Fernsehen ausgestrahlten Werbespots sowie ihre Inhalte in Echtzeit. Die durch die TV-Werbung sprunghaft steigende Anzahl an Suchanfragen im Netz sowie das erhöhte Kaufinteresse werden dann unmittelbar in Conversions überführt. Dazu wird automatisch nach vorher festgelegten Regeln und für eine bestimmte Zeitspanne der Online-Werbedruck mit Suchmaschinenwerbung und Display-Kampagnen deutlich erhöht: Das Bid-Management-Tool für Suchmaschinenwerbung von intelliAd steigert gezielt die Sichtbarkeit des Werbetreibenden im Web bei Keywords, die im Kontext des TV-Spots relevant sind. Gleichzeitig können über die Programmatic Buying-Lösung von intelliAd auch passende Display-Kampagnen parallel zum TV-Spot in Echtzeit hochfahren und besonders wertvolle User noch effizienter angesprochen werden. Die Besonderheit: Auch wenn Wettbewerber TV-Spots schalten, können intelliAd-Kunden das gestiegene Userinteresse nutzen, in dem sie automatisch und in Echtzeit verstärkt auf passende Keywords und relevante Display-Platzierungen bieten. „Erstmals ist eine optimale Synchronisation von TV-Kampagnen mit Online Marketing Aussteuerung möglich. Dadurch können sowohl relevante User wesentlich genauer angesprochen, als auch Streuverluste im Display Advertising reduziert werden.“, sagt Tobias Kiessling, CTO und Geschäftsführer von intelliAd Media. „intelliAd schlägt damit eine weitere Brücke, um User ganzheitlich über Kanal- und Mediengrenzen hinweg relevant anzusprechen und so die Marketing-Effizienz zu steigern.“

¹ [Quelle: Internet World Business](#)

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