

ROLLER & ADLICIOUS MACHEN KLASSISCHE ONLINE-MEDIAPLANUNG ÜBERFLÜSSIG

„ Endlich ist die Zeit gekommen, wo RTB so mächtig geworden ist, dass man sich im Display Advertising nicht mehr für das geringste Übel entscheiden muss, sondern das Beste aus allen Welten kombinieren kann - auch bei großen Volumina. “

Claus Welther

Leiter Online-Marketing & E-Commerce Development, ROLLER GmbH & Co. KG

Dass ROLLER als Discounter im Möbelbereich auf die letzte Nachkommastelle achten muss, überrascht keinen. Dass ein alteingesessener Möbeldiscounter die klassische Mediaplanung überflüssig machen will, würde man jedoch nicht unbedingt vermuten.



DIE CHALLENGE

„Bis zu welchem Volumen können wir unser Online-Marketing durch Real Time Advertising (RTA) im deutschen Markt effizient skalieren - bei mindestens gleichen Qualitätsansprüchen wie in der klassischen Mediaplanung?“

DIE LÖSUNG

Mit dieser Fragestellung beauftragte ROLLER die Experten des unabhängigen Trading Desks adlicious. Die Werbewirksamkeit wurde mit dem Contribution-Score-Algorithmus des Multichannel-Tracking-Systems von exactag ermittelt und mit klassischer Media-Buchung verglichen.

DIE ANTWORT



32 Mio
Unique user



140 Mio
Ad Impressions



300.000
Klicks pro Monat

Im Vergleich zu einer klassischen Media-Buchung beim Marktführer Ströer ermittelte der exactag Contribution Score einen über **11% besseren Kaufwahrscheinlichkeitsuplift** der generierten Besucher – und das mit **93% weniger Kosten**. Durch die programmatische Aussteuerung und das Vermarkter übergreifende Frequency-Capping von 4-6 Werbekontakten pro User kann der Streuverlust offensichtlich enorm reduziert werden.

ERGEBNISSE

-93%
Kosten



+11%
Kaufwahrscheinlichkeitsuplift

DIE VORGABE

...dabei war die Einhaltung aller Qualitätskriterien der klassischen Mediaplanung, also Platzierung ausschließlich auf Premium-Inventar einer selektierten Whitelist, transparente URLs der Platzierungen und aufmerksamkeitsstarke Werbemittelformate einschließlich Großformaten wie Halfpage Ads (300x600) und Billboards (970x250).

„HERVORRAGENDE ERGEBNISSE“

In wesentlichen Aspekten konnte die RTB-basierte Vorgehensweise von adlicious die klassische Mediaplanung sogar übertreffen: durch profilbasiertes, soziodemographisches & interessenbasiertes Targeting wird ausschließlich die gewünschte Zielgruppe erreicht – ohne Streuverluste.

Auf Basis der hervorragenden Ergebnisse betraute ROLLER adlicious in der Folge zudem mit der programmatischen Strategie für das internationale Display-Marketing im Rahmen der Expansion von ROLLER in zusätzliche Märkte.

Endlich ist die Zeit gekommen, wo RTB so mächtig geworden ist, dass man sich im Display Advertising nicht mehr für das geringste Übel entscheiden muss, sondern das Beste aus allen Welten kombinieren kann - auch bei großen Volumina.“

Claus Welther, Leiter Online-Marketing & E-Commerce Development bei ROLLER



ROLLER



Vielen Marketing-Entscheidern ist immer noch nicht klar, was für ein gigantisches Potential die programmatische Technologie bietet – oder sie haben Angst, gewohnte Wege zu verlassen. Umso mehr freuen wir uns, dass gerade ein Traditionsunternehmen wie ROLLER uns die Möglichkeit gibt zu belegen, dass die Zeiten klassischer Mediaplanung vorbei sind.“

Viktor Eichmann, Co-Geschäftsführer von adlicious

ÜBER ADLICIOUS

adlicious ist ein unabhängiger Trading Desk, der sich im Wettbewerbsumfeld von Rocket Fuel, eComCon Media IQ Digital und Spree7 (MediaMath) behauptet. Die Köpfe hinter adlicious sind ein langjährig eingespieltes Team und regelmäßig in den Fachmedien wie Adzine, Onlinemarketing.de oder W&V zu finden. Zu den Kunden von adlicious zählen erfolgreiche, innovative Werbetreibende wie Trivago, WeltSparen, Sage Software, Slow Watches, Brille24 und SWK Bank.

Möchten Sie auch im Mobile-Marketing durchstarten?
Melden Sie sich noch heute!

 adlicious.me

 info@adlicious.me

 +49 40 380 45 880

 Spritzenplatz 9, 22765 Hamburg