



adlicious GmbH
Spritzenplatz 7
D 22765 Hamburg
www.adlicious.me

Ansprechpartner:
Daniel Skoda
+49 (40) 64838-264
daniel@adlicious.me

E-Commerce: deutlich höhere Kaufwahrscheinlichkeit durch Programmatic Advertising

32 Mio. Nutzer kosteneffizient erreicht - absatzwirtschaft: "Real Time Bidding funktioniert"



Viktor Eichmann Foto Timur Oezer
(7360 x 4912) 7,8 MB

(pressebox) (Hamburg, 18.03.2016) Die Experten auf der CeBIT diskutieren in der Digital Marketing & Experience Arena über Data Driven Marketing und Realtime-Optimierung in der Customer Journey. Parallel dazu macht ein spannender Praxis-Case von sich reden.

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

Mit dieser Fragestellung beauftragte ein führender E-Commerce Anbieter aus der Möbelbranche die Experten des unabhängigen Trading Desks adlicious. Die Werbewirksamkeit wurde mit einem Multichannel-Tracking-System ermittelt und mit klassischer Media-Buchung verglichen.

Gemäß dem Proof of Concept von adlicious: 32 Mio. Unique User mit 140 Mio. Ad Impressions und über 300.000 Klicks pro Monat - bis zu diesem Volumen konnte über Programmatic Advertising skaliert werden.

Im Vergleich zu einer klassischen Media-Buchung bei einem führenden Vermarkter ermittelte das eingesetzte Attributions-System einen über 11% besseren Kaufwahrscheinlichkeitsuplift der generierten Besucher - bei signifikant geringeren Kosten.

Durch die programmatische Aussteuerung und das Vermarkter übergreifende Frequency-Capping in Kombination mit dynamischem Targeting konnten Streuverluste deutlich reduziert werden.

Das Marketing-Fachmagazin absatzwirtschaft greift den Case auf und bilanziert: "Zahlen gehen vor Bauchgefühl - Real Time Bidding funktioniert. Das Ergebnis trifft die Media-Agenturen ins Mark - sollte das Modell Schule machen, sind Maschinen und deren Software die neuen Wettbewerber."

„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 über die Möglichkeit, mit diesem Case zu belegen, dass die Zeiten klassischer Mediaplanung vorbei sind“, kommentiert Viktor Eichmann, Co-Geschäftsführer von adlicious die Ergebnisse.

Wichtiger Hinweis:

Für die oben stehende Pressemitteilung ist allein der jeweils angegebene Herausgeber (siehe Firmeninfo) verantwortlich. Dieser ist in der Regel auch Urheber des Presstextes, sowie der angehängten Bild-, Ton und Informationsmaterialien. Die un | UNITED NEWS NETWORK GmbH übernimmt keine Haftung für die Korrektheit oder Vollständigkeit der dargestellten Meldung. Auch bei Übertragungsfehlern oder anderen Störungen haftet sie nur im Fall von Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit. Die Nutzung von hier archivierten Informationen zur Eigeninformation und redaktionellen Weiterverarbeitung ist in der Regel kostenfrei. Bitte klären Sie

archivierten Informationen zur Eigeninformation und redaktionellen Weiterverarbeitung ist in der Regel kostenfrei. Bitte klären Sie vor einer Weiterverwendung urheberrechtliche Fragen mit dem angegebenen Herausgeber. Bei Veröffentlichung senden Sie bitte ein Belegexemplar an service@pressebox.de. Eine systematische Speicherung dieser Daten sowie die Verwendung auch von Teilen dieses Datenbankwerks sind nur mit schriftlicher Genehmigung durch die unn | UNITED NEWS NETWORK GmbH gestattet.

Am Anfang der Pressemeldung finden Sie einen QR-Code mit welchem Sie schnell und einfach zurück auf die entsprechende Pressemeldung-Detailseite zurückgelangen. Lesen Sie unter <http://www.pressebox.de/info/qr-codes.html> alle Details inkl. Software-Empfehlungen für Ihr Handy/Smartphone!