

PRESSEMITTEILUNG

Web-to-Store-Solution

ADventori schnürt Komplettpaket für ortsbasierte Echtzeitkampagnen

- Ein Kampagnen-Set-up für alle Kanäle
- Lokale Händlernetze werden in digitale Kampagnen integriert
- KPIs ohne Brüche kanal- und geräteübergreifend auslesbar

26.04.2017, Paris/Frankfurt – Der datengesteuerte Creative Adserver aus Frankreich, ADventori, erweitert sein Web-to-Store-Angebot um ein Komplettpaket für dynamische Werbebanner und Landing Pages, welches die Umsetzung ortsbasierter Display-Kampagnen vereinfacht. Die Lösung ermöglicht Advertisern, unabhängig von Device und Format, Kunden in ihre Stores beziehungsweise zu jedem Point of Sale zu navigieren.

Um Werbetreibende bei der Herausforderung zu unterstützen, lokale Dimensionen in ihre digitale Kommunikation zu integrieren, hat ADventori ein komplettes und anwendungsbereites Web-to-Store-Paket geschnürt. ADventoris Komplettlösung funktioniert für alle Formate wie Standard-IAB, Skins oder Videos und auf allen Devices in den Kanälen Web, Mobile und DooH. Dank gebrauchsfertiger Vorlagen wird für die Produktion von Bannern sowie Landingpages nur ein einziges Template benötigt. Sämtliche Kampagneninhalte werden dann auf Basis der zur Verfügung stehenden Daten automatisch und in Echtzeit an die Situation des Nutzers angepasst.

“Vergleichbare Angebote auf dem Markt waren bisher nicht neutral bzw. plattformunabhängig. Advertiser und Agenturen mussten auf proprietäre Technologien zurückgreifen, die - egal ob Web oder Mobile – nicht in einer globalen Kampagne zusammengeführt werden konnten. Das ist frustrierend, denn jeder Kontaktpunkt ist auch eine Gelegenheit, lokale Sales zu generieren“, hebt - Ludivine Vitet, DACH Country Manager von ADventori, hervor. “Unser Ziel ist es, mit nur einer einzigen Lösung mehr Freiheit und Flexibilität unabhängig von Mediaeinkauf und Format zu schaffen und gleichzeitig bessere Kampagnenanalysen zu ermöglichen.”

Kampagnen-KPIs ohne Brüche über alle Formate hinweg

Neben der Vereinfachung der Kreation von Bannern und der Ausspielung über alle Formate hinweg bietet die ADventori-Technologie auch eine umfassende Integration von Datenquellen sowie ein Reporting, abgestimmt auf die für ortsbasierte Kampagnen notwendigen Analysen. Bisher mussten Feeds und Banner separat für jede Kampagne und jedes Gerät produziert werden. Die entstehenden Bruchstellen gingen auch zu Lasten der Lesbarkeit der Kampagnen-KPIs. Mit der neuen ADventori-Lösung werden jetzt nicht nur alle Daten wie Kontakt, Produkt, Preis und Verfügbarkeit nahtlos integriert, sondern es wird auch die Kreation damit angereichert. ADventoris Ad-serving-Technologie überträgt die Statistiken der einzelnen PoS und führt diese mit allen dynamischen Kriterien der Kampagne zusammen.

Lokale Händlernetze in digitale Kampagnen einbinden

Der Weg zum Offline-Kauf führt mittlerweile für die meisten Kunden über eine Online-Recherche. Das ist auch keine Wunder, denn 75% der Nutzer wollen laut einer aktuellen Studie von CapGemini¹ vor dem Kauf im Laden Preise vergleichen. 66% stört es, dass sie im Laden häufig das gesuchte Produkt nicht vorfinden und 59% beklagen, dass die lokalen Werbeaktionen für sie irrelevant sind. Kunden wollen zwar weiterhin in den Shop um die Ecke gehen, aber erwarten gleichzeitig die Vorteile des Online-Shoppings auch beim lokalen Einkauf wiederzufinden: Preis-Check, Verfügbarkeit und personalisierte Angebote. Genau hier müssen Advertiser bei ihren digitalen Kampagnen anknüpfen.

„Für eine Marke ist es notwendig, lokale Dimensionen in ihre digitale Kommunikation zu integrieren“, erläutert -Vitet. „Für Search ist es relativ einfach, geobasierte Kampagnen zu entwickeln. Gleichwohl ist es für Marken sehr viel komplizierter, Display-Kampagnen zu entwickeln, um Kunden in den nächstgelegenen Laden zu lotsen. Für jedes Gerät gibt es unterschiedliche Formatanforderungen, jedes Trading Desk hat seine spezifischen Konditionen. Es war bisher ein komplexes Unterfangen, Werbung geräteübergreifend und dynamisch formatiert auszuspielen – ganz zu Schweigen von einem einheitlichen und neutralen Tracking von KPIs.“

ADventoris reagiert mit dem neuartigen Web-to-Store-Ansatz auf die strategischen Anforderungen der Advertiser, die ihr lokales Händlernetz verstärkt in den Fokus ihrer Kommunikationskampagnen stellen wollen. Werbebotschaften werden auf das lokale Business abgestimmt, während gleichzeitig nationale Kampagnenziele gewahrt bleiben. Patrick Olivier, Koordinator des regionalen Advertisings bei Renault, hat die neue Technologie bereits getestet: „Seit vier Jahren arbeiten wir mit ADventori am Set-up von Kampagnen, mit dem Ziel, unser lokales Händlernetzwerk zu unterstützen. Die Web-to-Store-Lösungen von ADventori liefern uns nicht nur relevantere Kommunikation mit unseren Nutzern, sondern auch Produktionssteigerung über technische Kosten, eine einfachere Implementierung der Kampagnen sowie einen vereinheitlichten Blick auf lokale KPIs“, so Olivier.

Über ADventori

ADventori ist ein datengesteuerter Kreativ-Adserver, der Werbemittel personalisiert, analysiert und optimiert. Mit Echtzeitdaten von Werbenden, Nutzern und Publishern gestaltet ADventori digitale Werbung für Kreativ- und Mediagenturen effektiver und wirksamer. Unterstützt werden Banner, Mobile Ads, Native Ads, Videos und Landing Pages. Die personalisierten Werbeformate binden ihre Zielgruppe nachhaltig an die werbetreibende Marke und bewahren gleichzeitig Daten- sowie Medien-Neutralität. ADventori beschäftigt in Niederlassungen in Frankreich, England und Deutschland mehr als 25 Mitarbeiter.

Pressekontakt

Andrea Petzenhammer
Agentur Frische Fische
www.frische-fische.com
mail: ap@frische-fische.com
phone: +49 (0)30 62901174

¹ „Making the Digital Connection: Why Physical Retail Stores Need a Reboot“, <https://www.de.capgemini.com/ressourcen/making-the-digital-connection>