



Pressemeldung

AppsFlyer bietet mit „Audiences“ fortschrittliche Nutzersegmentierung für App-Kampagnen

- Gezielte Ansprache von Nutzersegmenten steigert Performance von App-Kampagnen – von Nutzerakquise über Engagement bis zum Zurückholen von Nutzern, die Apps deinstallieren
- Mit „Audiences“ sind Segmente in weniger als 10 Sekunden aufgesetzt und über alle gewählten Werbenetzwerke hinweg automatisch synchronisiert

Berlin, 9. Juni 2017 – AppsFlyer, die [führende Plattform](#) für die Attribution mobiler Werbung und Marketing-Analytics, bringt mit „Audience“ die erste Lösung auf den Markt, mit der App-Anbieter komplexe Nutzersegmente bilden und automatisiert in allen gewählten Werbenetzwerken anwenden können. Mit der Audience-Plattform lassen Marketingverantwortliche die gewonnenen Daten und Erkenntnisse der Analytics- und Attributions-Lösungen von AppsFlyer direkt in konkrete Marketingmaßnahmen fließen. Relevante Nutzersegmente können in wenigen Sekunden gebildet, eine spezifische Aktion für das Segment ausgewählt und automatisch mit integrierten Werbenetzwerken synchronisiert werden. Mit dem zugeschnittenen Vorgehen unterstützt die Lösung eine intelligentere Nutzerakquise und steigert die Performance von Re-Engagement-Kampagnen, während weniger lukrative Segmente von Kampagnen ausschließbar sind.

Eine Vielzahl an Integrationen ermöglicht die nahtlose Umsetzung: „Audience“ ist nicht nur an führende Werbenetzwerken wie Facebook, Yahoo! Gemini, Twitter, Snapchat, Adobe Audience Manager, InMobi, ironSource, AppLovin und Tapjoy angeschlossen, sondern auch an Tools wie Amazon S3 und Slack. Das erleichtert die Zusammenarbeit in Teams, wenn unter anderem Dienstleister wie Agenturen in Kampagnen eingebunden sind.

„Wir stellen App-Anbietern eine Menge an Daten zur Verfügung, um ihre Zielgruppen besser kennenzulernen. Wie verhalten sie sich in der App? Wer bringt einen positiven ROI? Wann deinstallieren Nutzer die App? Mit „Audiences“ können sie dieses Wissen noch schneller in konkrete Marketingmaßnahmen fließen lassen. In weniger als 10 Sekunden ist ein Nutzersegment eingerichtet und kann konzentriert über verschiedene Werbepattformen mit zielgerichteten Botschaften angesprochen werden“, so Ben Jeger, Managing Director DACH von AppsFlyer.

Zielgruppensegmentierung gewinnt für Apps aller Kategorien und Geschäftsmodelle an Bedeutung. Sie steigert die Performance von Marketingmaßnahmen entlang des Funnels einer App:

- **Statistische Zwillinge für verbesserte Nutzerakquise:** Durch die Ansprache statistischer Zwillinge derjenigen Nutzer, die die App am häufigsten frequentieren und über zehn Käufe in den letzten 30 Tagen getätigt haben, wird die Nutzerakquise intelligenter.
- **Retargeting und Re-Engagement:** Für Re-Engagement können sich Marketingverantwortliche auf „lohnende Ziele“ konzentrieren. „Audiences“ erleichtert Werbetreibenden das Aufsetzen der Segmente, indem mit wenigen Klicks Filter nach bekannten Booleschen Mustern erstellt werden wie „Nutzer, die bereits mehrere Buchungen tätigten, aber längere Zeit inaktiv waren“.
- **Kampf gegen Deinstallationen:** Nutzer, die die App kürzlich deinstalliert haben, erhalten zugeschnittene Anzeigen, um Neuinstallationen anzuregen.
- **Ausschluss von Segmenten:** Profile, die beispielweise negativ durch viele Reklamationen auffallen, können komplett von Re-Engagement-Kampagnen ausgeschlossen werden.
- **Cross-App-Promotions:** Für Anbieter mit mehreren Apps im Portfolio lohnt sich die Segmentierung für Cross Promotions: User, die in der Mitfahr-App des Entwicklers sehr aktiv waren, werden zu der neuen Carsharing-App des gleichen Anbieters gelotst.

„Audiences“ befindet sich nach intensiver Test- und Entwicklungsphase im Beta-Stadium und steht nun allen AppsFlyer-Kunden zur Verfügung. AppsFlyer pflegt den intensiven Austausch mit seinen

Kunden und lässt deren Anforderungen aus dem Alltag laufend in die Weiterentwicklung der Audience-Plattform einfließen.

Über AppsFlyer

Auf 98 Prozent aller Smartphones weltweit ist die Technologie von AppsFlyer, der führenden Plattform für die Attribution mobiler Werbung und Marketing-Analytics, zu finden. Datengetriebene Vermarkter unterstützt AppsFlyer als unabhängiger Partner für Werbemessung und innovativer Technologieanbieter beim Ausbau ihres Mobilgeschäfts. AppsFlyer trackt jeden Tag Milliarden mobiler Benutzeraktionen und ermöglicht es Werbetreibenden und Entwicklern damit, den Return of Investment ihrer Werbeausgaben zu maximieren. Mit der Attributionslösung NativeTrack™, umfassenden Marketinganalysedaten, dem intelligenten Deeplink namens „OneLink“ und der Active Fraud Suite mit dem gerätebasierten Schutz DeviceRank finden Advertiser der erfolgreichsten mobilen Apps der Welt alle Instrumente gebündelt, die sie für die Optimierung ihrer Werbeinvestitionen benötigen. Mehr als 10.000 weltweit führende Marken und Partner, darunter Facebook, Google, Twitter, Pinterest, Tencent, HBO, Playtika, Waze, Alibaba und Kayak, vertrauen auf die Technologie von AppsFlyer. App-Vermarkter können sich an lokale Experten in 12 Standorten weltweit wenden, darunter die DACH-Zentrale in Berlin unter Leitung von Managing Director Ben Jeger.

Weitere Informationen finden Sie unter www.appsflyer.com

Pressekontakt:

Agentur Frische Fische

Gesine Märten

Tel: +49 (0) 351 5635 5661

E-Mail: gm@frische-fische.com