



Closed Loop Attribution – das Ende des Last-Cookie-Wins

Programmatic-Advertising-Anbieter Spree7 integriert Attributionsmodelle in Echtzeitauswertungen

- Echtzeitkampagnen sind künftig ganzheitlich und gewichtet über gesamte Customer Journey auswertbar
- Mediamath bietet Nutzung externer Attribution in Marketing Plattform Terminal One

Berlin, 08.06.2015. Die Zeiten des „Last-Cookie-Wins“ sind endgültig vorbei: Der Programmatic-Advertising-Anbieter Spree7 gewichtet in Auswertungen von Echtzeit-Werbekampagnen künftig alle innerhalb der Customer Journey erhobenen Touchpoints. Ermöglicht wird das durch die Integration von Leistungen externer Attributionsanbieter. Deren Attributionsdaten fließen unter dem Namen „Closed Loop Attribution“ neuerdings in die Marketing Plattform Terminal One ein. Das Marketing Operation System Terminal One bildet die technologische Grundlage des Trading Desks Spree7.

Closed Loop Attribution für alle Kampagnen

Instore-Verkäufe können mit der Integration der Attributionsmodelle in das Trading Desk Spree7 künftig präzise an alle übrigen Online-Aktivitäten der Kunden rückgebunden und ausgewertet werden. Die ermittelten Daten fließen in die Berechnungsalgorithmen von Terminal One ein und erlauben so, Gebote für jede einzelne Ad Impression zu optimieren. Berücksichtigt werden unter anderem anerkannte Attributionen von Adometry, Convertro und VisualIQ. Angebunden werden ab sofort Display, Video, Social, Search, Mobile und Offline-Kanäle wie TV, Radio, DirektMail oder Werbebriefe, Kataloge und Out of Home-Inventare. Werbetreibende, die für ihre Kampagnen bereits mit einem Attributionsanbieter zusammenarbeiten, können die neue Funktion entsprechend für ihre bestehenden



Kampagnen nutzen.

„Advertiser profitieren von den über unseren Trading Desk abgewickelten Bietverfahren, die nun noch präziser auf den einzelnen Wert jedes Touchpoints abstellen und Kampagnen und Marketingbudgets so ideal optimieren“, sagt Viktor Zawadzki, CEO von Spree7. „Die Attribution in Echtzeit beantwortet die Frage, welchen Wert jede einzelne Ad Impression innerhalb der Customer Journey hat. Mit der Anbindung von Attribution in Echtzeit in Closed-Loop wird das Marketing Operation System Terminal One zur ersten Plattform, die es Werbetreibenden ermöglicht, das Potenzial von Echtzeitkampagnen vollständig auszuschöpfen.“

Spree7 GmbH

Spree7 ist ein Full Service Programmatic-Advertising-Anbieter. Für Media- und Werbeagenturen sowie Werbetreibende und Publisher bietet Spree7 die Infrastruktur, Tools, Beratung auf strategischer, taktischer und operativer Ebene, sowie einen Out-Of-The-Box Trading-Desk-Service für Kampagnen- und Datenmanagement.

Spree7 unterstützt Agenturen und Werbetreibende auf der Demand Seite beim Aufbau eines Inhouse Trading Desk und bietet Implementierung, Beratung sowie Trainings an. Publisher unterstützt Spree7 mit Beratung und Workshops, um die programmatische Angebotsseite dem Nachfragemarkt optimal näher zu bringen.

Spree7 ist von der European Interactive Digital Advertising Alliance (EDAA) zertifiziert und einer der Gründungsmitglieder des Programmatic Advertising Labs des BVDW.

Die Spree7 GmbH ist eine Partnerschaft zwischen der Schweizer Swisscom AG, sowie dem global führenden amerikanischen Programmatic Advertising Unternehmen MediaMath (www.mediamath.com), die seit 2007 Werbetreibenden eine offene und adaptierbare Echtzeit-Medieneinkaufsplattform bietet.



Weitere Informationen finden Sie auf www.spree7.com.

Google+ Community: [gplus.to/rtacomunity](https://plus.google.com/rtacomunity)

Facebook: facebook.com/Spree7GmbH

Twitter: [@Spree7com](https://twitter.com/Spree7com)

Pressekontakt:

Agentur Frische Fische

Andrea Petzenhammer

Telefon: +49(0)30.629011-74

E-Mail: ap@frische-fische.com