

Gewinnmaximierung statt Spitzenposition: smartBoost identifiziert für jede App die gewinnbringendste Ranking-Position im App Store

- **Gewinn- und nutzermaximierende Ranking-Position kann auch eine Top 20 sein**
- **CPA-Tracking-Technologie misst erstmals erzielten Umsatz mit App-Ranking-Kampagnen**
- **Trademob stellt smartBoost auf der diesjährigen dmexco vor**

Berlin, 14. August 2012 – Je höher eine App im App Store rangiert, desto mehr Downloads kann sie erzielen. Daher versuchen Unternehmen mit so genannten App-Boost-Kampagnen die App möglichst hoch im Ranking der App Stores zu platzieren. Viele dieser Kampagnen schießen dabei jedoch unnötig über das Ziel hinaus. Diese Erkenntnis ist das Resultat einer detaillierten Kampagnen-Analyse von Trademob, eine der führenden App Marketing Plattformen, die 27 App-Ranking-Kampagnen mit insgesamt 250.000 Downloads und über eine viertel Milliarde Klicks auswertete. Nahezu 30 Prozent der untersuchten Kampagnen hätten mit einer niedrigeren Position im App-Ranking gleiche beziehungsweise teilweise auch mehr Gewinne erzielt.

Auf Basis dieser Erkenntnisse hat Trademob die smartBoost-Kampagnen entwickelt, mit denen die gewinn- und nutzermaximierende Top-Position jedes einzelnen Kunden identifiziert werden kann. Im Mittelpunkt einer jeden Kampagne steht immer der ROI. Wie viel kostet es, einen Ranking Platz weiter nach oben zu rücken und wie viele zusätzliche Nutzer und Umsatz werden dadurch gewonnen?

„Ein App-Push darf nicht mehr standardmäßig darauf ausgelegt sein, unbedingt in die Top 5 zu kommen. Für manche Apps ist eine Top 5 Position am gewinnbringendsten, für andere ist es eine Top-20-Position. Wir müssen Kampagnen individuell mit unseren Kunden planen, denn letztendlich zählt nur eins: der ROI. Jede App gehört an den Platz, an dem sie die meisten Nutzer und den höchsten Gewinn erzielt“, sagt Ravi Kamran, CEO und Gründer von Trademob.

CPA-Tracking entlarvt Top-Selling-Position

Bei den smartBoost-Kampagnen testet Trademob in einem Pre-Flight mit kleinem Budget die verschiedenen Push-Partner und Netzwerke, um dann das gesamte Budget optimal zu verteilen und somit die App kosteneffizient ins Top Ranking zu pushen. Die eigens entwickelte CPA-Tracking-Technologie analysiert die Ergebnisse in Echtzeit, so dass die

gewinn- und nutzermaximierende App-Ranking-Position für Werbetreibende sichtbar wird. Bei nachfolgenden Push-Kampagnen wird die durchs Tracking identifizierte Gewinnzone direkt angesteuert. Durch diese Technologie können Kampagnen strategisch geplant und gewinnbringend umgesetzt werden. Die neuen smartBoost-Kampagnen sind auf iOS ausgelegt und können weltweit in circa 100 App Stores gleichzeitig umgesetzt werden.

Hintergrundinfo: Wie funktioniert eine App-Boost-Kampagne?

Der App Store Algorithmus bewertet Apps als Spitzenreiter, die innerhalb der vergangenen drei Tage eine hohe Anzahl an Downloads verzeichnet haben. Hierbei fließt die erreichte Downloadzahl des jüngsten Tages am stärksten in das Ranking ein. Um eine App in die Top 25 des Overall-Free-Rankings zu bringen, muss daher in einem Zeitfenster von 72 Stunden und über die einzelnen Tagen gezielt verteilt eine hohe Anzahl an Downloads generiert werden. Im Rahmen dessen werden dafür Klicks über eine Werbekampagne eingekauft.

Hier gelten folgende Richtwerte für den deutschen App Store:

- Platz 1 Position: circa 25.000 - 35.000 Downloads (sehr volatil und tagesabhängig)
- Top 10 Platzierung: circa 13.000 Downloads
- Top 25 Platzierung: circa 6.000 Downloads

Ist eine App in den Top 25 des Overall-Rankings angekommen, steigt die Zahl der organischen – also der nicht eingekauften – Downloads signifikant an. Abhängig vom erreichten Ranking werden durchschnittlich zwischen 70 und 100 Prozent organische Downloads zusätzlich zu den durch Marketing erzielten Downloads gewonnen. Wie viele organische Nutzer und Umsatz gewonnen werden, hängt hierbei stark von der Zielgruppengröße, dem Rating im App Store, der bisherigen App-Nutzerschaft und der Viralität der App ab.

Trademobs dmexco Teilnahme im Überblick

Trademob Stand: C038 in Halle 7

Work Lab am 13.09.12, 11 Uhr, mit CEO Ravi Kamran

Thema: How to Push Your App into the App Store's Top-Ten Ranking at Minimum Cost?

Über Trademob

Die Trademob GmbH wurde im August 2010 von Ravi Kamran gegründet. Zusammen mit Alexander Franke und Florian Lutz bildet er das Management-Team. Nach starkem

Wachstum zählt das Unternehmen heute bereits knapp 50 Mitarbeiter und ist schon jetzt die führende Plattform für Mobile App Marketing. Die Trademob Plattform aggregiert weltweit alle relevanten Netzwerke und misst mit ihrer innovativen Tracking-Technologie nicht nur erzielte Klicks und Downloads, sondern auch In-App-Aktionen. Mit der datengestützten, umfassenden Optimierungs-Engine investiert Trademob gezielt nur in die profitablen Quellen und maximiert so die Anzahl von App-Downloads, die Intensität der Nutzeraktivität und den durch die App erzielten Umsatz. Trademob erreicht bereits heute über eine halbe Milliarde Smartphone- und Tablet-Nutzer weltweit.

Kontakt Unternehmen:

Ramona Neitz

Trademob GmbH

Friedrichstraße 126

D-10117 Berlin

E-Mail: rn@trademob.com

Tel: +49-30-202 15 75 20

Fax: +49-30-202 15 75 29

Website: www.trademob.com