

## Splicky: Mobile Demand-Side-Plattform bringt umfassendes Release

- Mobile Echtzeitkampagnen mit CPC-basiertem Mediaeinkauf
- Upgrade unterstützt Location-Based Targeting und Mobile Video Ads
- „Smart AdServer“ als neuer Reichweitenpartner

Berlin, 20.02.14 – Splicky, die Demand-Side-Plattform der Mobile Marketing-Spezialisten Jaduda und Sponsormob ([www.splicky.com](http://www.splicky.com)), wird ab sofort lokaler, bunter und flexibler: Geotargeting und Rich Media ermöglichen künftig kreative und effektive Cross-Channel-Kampagnen in Echtzeit. Darüber hinaus erlaubt ein neues Preismodell die Abrechnung von Mobile RTB-Kampagnen auch auf Basis generierter Klicks.

Alle Neuerungen im Überblick:

### CPC-basierter Mediaeinkauf

Die Nutzer der 2013 gestarteten Mobile DSP können ihre Kampagnen ab sofort auch auf Basis von CPC (Cost per Click) erstellen. Bisher war ausschließlich eine CPM-basierte Abrechnung möglich. Das neue Preismodell bietet sich insbesondere für Performance-Kampagnen an, die auf eine Erhöhung des Traffics abzielen.

### Location-Based Targeting

Neu im Angebot sind außerdem Location-Based Services. Performance- und Branding-Kampagnen können jetzt durch Geodaten ergänzt und gesteuert werden. So lassen sich z.B. mobile Kampagnen für Offline-Shops aufsetzen oder Außenwerbung durch performance-basierte Mobile-Features verstärken.

### Mobile Video

Aufgrund der verstärkten Nachfrage bietet Splicky ab sofort auch Beratung und Umsetzung bei mobilen Rich-Media-Kampagnen. Videos schaffen aufgrund ihrer Emotionalität erhöhte Aufmerksamkeit für eine Marke bei den relevanten Zielgruppen und erzeugen ein stärkeres Engagement der User.

### Frequency Capping

Auf Kampagnenebene lässt sich jetzt per Frequency Capping die Anzahl der Impressions oder Klicks per User begrenzen. Damit verbessert Splicky die Performance von Kampagnen unter Berücksichtigung der Branding-Ziele.

### Kooperation mit Smart AdServer

Neuer Reichweitenpartner von Splicky ist Smart AdServer, ein Unternehmen der Aufeminin Gruppe (Axel Springer AG). Der führende Anbieter von Premium-Ad-serving-Lösungen bringt mobiles Inventar aus der DACH-Region, Spanien und Frankreich wie etwa Le Monde ins Angebotsportfolio mit ein. Dabei liefert die SSP Smart AdServer RTB+ monatlich etwa 1,2 Milliarden Ad Impressions auf Mobile Sites und Apps aus. Zum Kundenstamm des Unternehmens gehören neben Axel Springer unter anderem iq digital, Tamedia, Hi-media, SevenOne Media, Styria und Goldbach.

Über Splicky

Splicky ist die erste in Deutschland entwickelte Mobile Demand-Side-Plattform (DSP) und ist in der Lage, über eine Milliarde Ad Impressions am Tag abzuwickeln. Eine DSP ist eine Handelsplattform, auf der Werbetreibende und Mediaagenturen über ein einziges Interface auf digitale Werbeflächen für ihre Werbemittel bieten können. Dank der zugrunde liegenden Realtime-Bidding-Technologie läuft dieser Buchungsprozess automatisiert und in Echtzeit. Einkaufspreise werden durch das Gebotsverfahren optimiert und das Reporting vereinfacht.

Splicky setzt spezielle Algorithmen für bessere Resultate von mobilen Kampagnen ein und arbeitet mit eigens für den mobilen Kanal entwickelten Tracking- und Targeting-Technologien. Als Kooperationsprojekt der beiden unabhängigen, inhabergeführten Unternehmen Sponsormob und Jaduda setzt Splicky auf langfristige Partnerschaften mit Advertisern und Agenturen.

Weiterführende Informationen unter: <https://www.splicky.com>

### Über Sponsormob

Sponsormob ist ein international tätiges CPA-Netzwerk für das mobile Web und einer der führenden Anbieter im Mobile Performance Advertising mit Hauptsitz in Berlin. Das Unternehmen generiert dank exzellenter Technologie optimale und messbare Resultate für Werbetreibende, Agenturen und Publisher. Das Expertenteam um die CEOs Peter Gläser und Jet Patel arbeiten daran, das traditionelle Paid-for-Display Advertising im Mobile Bereich abzulösen und den mobilen Werbemarkt zu vereinfachen. Zu diesem Zweck nutzt die Firma seit vielen Jahren eigene Tools und Technologien.

Sponsormob hat bereits Kampagnen für ebay, Axel Springer und die Otto Gruppe umgesetzt. Bei seiner Gründung 2006 war Sponsormob das erste internationale CPA-Netzwerk für das Mobile Internet. 2012 eröffnete das Unternehmen eine Niederlassung in Austin, Texas, und ist seither auch im US-Markt operativ tätig.

Weiterführende Informationen unter: <http://www.sponsormob.com/de/>

### Über Jaduda

Die Jaduda GmbH mit Sitz in Berlin ist ein Full Service Dienstleister für Mobile Marketing. Das Unternehmen wurde Anfang 2010 gegründet und bietet von der Konzepterstellung über die Kreation von Landingpages und Bannern bis hin zur Aussteuerung und Analyse komplexer Marketing-Kampagnen im mobilen Kanal alle Dienstleistungen aus einer Hand. So unterstützt Jaduda Werbetreibende und Agenturen dabei, mit individuellen Lösungen ihre Reichweite, Leads oder Downloads zu steigern. Jaduda ist Premium Partner internationaler Netzwerke wie airpush oder Google und kooperiert eng mit internationalen Vermarktungs- und Verlagsunternehmen.

Weiterführende Informationen unter: <http://www.jadudamobile.com/>