



Plista launcht Dynamic-Creative-Optimization-Lösung

- High Impact Ads optimieren automatisiert auf sechs Parameter wie Ort, Gerät, Wetter
- Ergebnisse von Testkampagne sehr zufriedenstellend: CTR und Interaktion steigen deutlich

Berlin, 22.01.18 – Plista, die globale Plattform für datengetriebenes Native Advertising, integriert Dynamic Creative Optimization (DCO) für die Kreation von High Impact Ads in das unternehmenseigene Premiuminventar. Werbekunden können mit der DCO-Technologie Anzeigen automatisiert auf die sechs Parameter Ort, Gerät, Zeitpunkt, Wochentag, Ferien oder Wetter beim Nutzer optimieren und so das Werbeerlebnis noch stärker auf die Bedürfnisse und Erwartungen der Kunden ausrichten. Die Lösung wird ab sofort im deutschsprachigen Raum angeboten. Kurzfristig werden auch die nativen Anzeigenformate wie Recommendation Ads mit der DCO-Technologie ausgestattet.

„DCO ergänzt unsere hochentwickelte Technologie für die Empfehlung von Anzeigen und ist in Kombination mit der Plista-SSP ein wichtiger Schritt zum programmatisch-nativen Rundumservice für Advertiser und Publisher“, sagt Katharina Loukidis, Global Director Product Development von Plista.

Use Case E-Commerce: Click-Through-Rates um 30 Prozent gesteigert

Plista unterstützt Werbetreibende bei der Erstellung von DCO-Kampagnen mit der Kreation passender High-Impact-Ad Sets, die besonders hohe Click-Through-Rates (CTR) liefern. Für einen ersten Kunden, einen global agierendes Unternehmen aus dem Bereich E-Commerce, wurden High Impact Video Rise Ads mithilfe der DCO-Technologie erstellt und ausgespielt. Dabei variierte die Komponente der Geolocation, hinterlegt waren 19 unterschiedliche Städte. Über ein Textfeld in der Ad konnte direkt nach Produkten gesucht werden. Es wurden dann Ergebnisse ausgegeben, die zur Geolocation des Users passten. „Der exakte Zuschnitt der Video Rise Ads auf die Bedürfnisse des Users sowie die interaktiven Funktionen innerhalb der DCO-Kampagne sorgten für Click-Through-Rates, die bis zu 30 Prozent über den von uns sonst durchschnittlich gemessenen Werten liegen. Zudem interagierten 14 Prozent der Nutzer zum Beispiel durch die Eingabe eines Suchbegriffs in das Textfeld mit der Werbeanzeige.“, zeigt sich Loukidis begeistert. „Die DCO-Testkampagnen haben eine hohe Wirksamkeit bestätigt, wenn DCO mit Plistas Premium-Inventar sowie unserer proprietären Echtzeit-Empfehlungstechnologie kombiniert wird.“

Über plista

plista ist eine globale Plattform für datengetriebenes Native Advertising in redaktionellen Premium-Umfeldern und bietet Werbetreibenden und Publishern direkten und zentralen Zugang zu einem breiten Portfolio von nativen Lösungen. Durch seine proprietäre Echtzeit-Empfehlungstechnologie ist plista in der Lage, Inhalte und Werbung passend zu den individuellen Interessen des einzelnen Nutzers auszuliefern – über alle Kanäle und Endgeräte hinweg.

plistas native Werbeformate heben sich durch ihren ausgeprägten Engagement-Charakter ab und ermöglichen es den Werbetreibenden, die Zielgruppe über den gesamten Sales Funnel effizient zu erreichen. Gleichzeitig arbeiten tausende von Premium-Publishern erfolgreich mit plista zusammen, um eine optimale Monetisierung des Contents zu erreichen, die Stickiness auf der Webseite zu verbessern und nachhaltige Traffic-Steigerung zu generieren.

plista beschäftigt derzeit über 200 Mitarbeiter weltweit und bietet seine nativen Lösungen auf vier Kontinenten an.

Pressekontakt:

Andrea Petzenhammer | Agenturkontakt | ap@frische-fische.com | Tel: +49 30 62901174

Lina Wölm | Global Head of Marketing & Communications | lina.woelm@plista.com |
Tel: +49 30 4737537-4781

plista.com | [Blog](#) | [Facebook](#) | [Google+](#) | [Twitter](#) | [LinkedIn](#)