



## **Infografiken zu Hintergrund und Team:**

### **Darum geht es bei Dynamic Creative Optimization**

**Berlin, 03.07.18** Plista, globale Plattform für datengetriebenes Native Advertising in redaktionellen Premium-Umfeldern, veröffentlicht zwei Infografiken zu den Hintergründen und Team-Kompetenzen, die für DCO-Kampagnen benötigt werden.

Kampagnen, die Dynamic Creative Optimization verwenden, differenzieren Werbemittel auf die Bedürfnisse der Zielgruppen aus. Botschaften und grafische Elemente werden dynamisch und automatisiert in Echtzeit auf Basis des Nutzerprofils zusammengesetzt. Dynamic-Creative-Optimization-Kampagnen müssen vor dem Start detailliert durchgeplant werden: Welche Zielgruppen gibt es, welche Botschaften benötigen diese und welche visuellen Elemente sollten verwendet werden? Welche Datenpunkte von Nutzern führen zur Ausspielung welcher Werbemittel-Elemente? Wenn eine solide Datenbasis mit einem kreativen Mastermind zusammenfindet, entsteht so das perfekte Werbemittel für eine spitze Zielgruppe mit einem bestimmten Bedürfnis zu einer bestimmten Zeit.

#### **Die wichtigsten Don'ts:**

- Minderwertige Creatives: Keine noch so ausgefuchste Technologie rettet fehlenden Spirit. Dynamische Anzeigen müssen genauso hochwertig sein, wie Nutzer das von Standard-Kampagnen gewohnt sind.
- Minderwertige Datenbasis: Entscheidungsgrundlage für Kampagnen-Strategie darf nicht Bauchgefühl aus dem Marketing sein, sondern braucht Zahlen.
- Klasse-statt-Masse-Denke beziehungsweise Ausdifferenzierung: DCO ist eine Performance-Technologie, es wird spitz auf Zielgruppen optimiert, Streuverluste werden soweit möglich reduziert.

#### **Königdisziplin DCO fordert Marketing-Teams und Agenturen heraus**

Die Technologie ist spannend, die Umsetzung komplex: „DCO-Kampagnen fordern Marketing-Teams und Agenturen auf bisher vollständig unbespielten Ebenen, da Konzeption und Umsetzung deutlich an Dynamik gewinnen“, fasst Katharina Loukidis, Director Business Development DACH zusammen. „Damit der Seiltanz gelingt, müssen Kreative und Technologie-Profis eng zusammen arbeiten und bereit sein, etabliertes Wissen über Marken auf die nächste – interaktivere – Stufe zu heben.“

#### **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 | Agentur Frische Fische | Agenturkontakt | [ap@frische-fische.com](mailto:ap@frische-fische.com) |  
Tel: +49 (0)30 62901174

Lina Wölm | Global Head of Marketing & Communications | [lina.woelm@plista.com](mailto:lina.woelm@plista.com) |  
Tel: +49 30 4737537-4781  
[plista.com](http://plista.com) | [Blog](#) | [Facebook](#) | [Google+](#) | [Twitter](#) | [LinkedIn](#)