

Der Teufel investiert ins Detail

Lautsprecherhersteller setzt mit AdClear auf intelligente Budgetsteuerung

Berlin, 04.12.2014 – Im Rahmen eines umfangreichen Relaunches ordnet die Lautsprecher Teufel GmbH ihr Partnerprogramm neu. Im Fokus steht jetzt die intelligente Datenattribution in Echtzeit. Betreut wurde der Neustart von dem Technologieanbieter AdClear, der damit seine Pole Position im Markt rund um Customer Journey und datengetriebene Attribution bestätigt.

Der Grundstein des erfolgreichen Relaunches legte Lautsprecher Teufel bereits im Januar 2013, als eine Abkehr von traditionellen Partnervergütungsmaßnahmen beschlossen wurde. „Richtige Marketinggrundlagen werden durch die richtige Attribution im Vertriebskanal geschaffen“, bestätigt Dimitrios Haratsis, CEO von AdClear. Das Berliner Unternehmen hat ein einzigartiges Attributionsmodell entwickelt, das ein detailliertes Verständnis jeder einzelnen Customer Journey ermöglicht und zur genauen Analyse der Performance in verschiedenen Kanälen und Marketingaktivitäten verhilft. Im Gegensatz zu herkömmlichen Methoden, die statisch und simulativ Gewinner von Conversionen ermitteln, bietet AdClear das neuartige „Engagement-Modell“ an, das für Lautsprecher Teufel zum Einsatz gekommen ist. Es basiert auf einer Reihe von Faktoren, die unter anderem das Engagement jedes einzelnen Touchpoints innerhalb einer Customer Journey messen. Im Vergleich zu traditionellen, eher statischen Attributionsmodellen ist das Engagement-Modell datengetrieben und stützt sich auf statistische Berechnungen.

„Wir haben uns für AdClear entschieden, weil es der einzige Anbieter auf dem Markt war, der uns ein alternatives Attributionsmodell anbieten konnte, mit dem wir gemeinsam unsere Ziele erarbeiten und umsetzen“, sagt Lisa-Marie Schiefer, Online Marketing Managerin von Lautsprecher Teufel.

Multiattribution in Echtzeit

Die datengetriebene Attribution ist Grundlage einer effizienten Budgetoptimierung wie auch Grundlage für Programmatic Buying. „Die Herausforderung für uns bestand darin, die Attributionswerte in Echtzeit einer weiteren Plattform zu übermitteln“, sagt Dimitrios Haratsis, Geschäftsführer von AdClear. Eine weitere Herausforderung, der sich das Startup in seinem Tagesgeschäft stellt, ist die Verarbeitung der gesammelten Daten über unterschiedliche Datenquellen. Komplexe Kundendaten, die über unterschiedliche Kanäle kommen, müssen für ein effizientes Affiliate Partnermanagement zu einer übersichtlichen Anzahl von Metriken zusammengefasst, aufbereitet und optimiert werden. Dimitrios Haratsis: „Es gilt, die Information zu konsolidieren und so zu subsummieren, dass die Affiliates Metriken in der Hand haben, mit denen sie arbeiten können. Der Relaunch des Affiliate-Partnerprogramms von Lautsprecher Teufel ist hierfür ein sehr gutes Beispiel: Weil es zum einen den langen edukativen Prozess einer Umstellung im Network zeigt; zum anderen, weil die intelligente Datenattribution in Echtzeit zu einem intelligenten und steuerbaren Mediaeinkauf führt.“

Nicht nur Großunternehmen, auch Mittelständler wie die Lautsprecher Teufel GmbH, 1980 in Berlin gegründet, benötigen im Marketing Metriken, die darlegen, wo und wie Streuverluste entstehen, um diesen entgegenzuwirken. Ebenso sollte aufgezeigt werden, welcher Partner wirklich zum Sales-Erfolg

beiträgt – sind doch gerade bei Consumer Electronics die Klickstrecken überdurchschnittlich lang: Kunden informieren sich in Online-Medien, Foren, Blogs sowie Preisvergleichsseiten und prüfen abschließend ob ein Bonus wie Cashback oder ein Gutschein auffindbar ist.

„Alle diese Partner tragen zu einem Kaufabschluss bei und sollten daher entsprechend vergütet werden“, sagt Lisa-Marie Schiefer. Im alten Partnerprogramm von Teufel bestand das Problem darin, dass mehrere Partner erst am Ende der Vergütung standen und somit überbewertet waren. Ebenso wurden redaktionelle Partner zwar bewertet, allerdings nicht oder nur ungenügend vergütet. Das hat sich mit dem Relaunch geändert. „Wir erreichen mit diesen neuen Metriken, dass Publisher, die mit ihrem Content interaktionsstarke User zu Teufel Lautsprecher bringen, angemessen honoriert und damit motiviert werden“, sagt Dimitrios Haratsis.

Das Resultat: Mit den smarten Algorithmen von AdClear lassen sich Kundenaffinitäten und Kaufabsichten effizient ermitteln und prognostizieren. Die mehrmonatigen Customer-Journey-Analysen und die Ausarbeitung verschiedener Attribuierungsmethoden waren nicht nur intensiv, sondern ebenso erfolgreich in der Zusammenarbeit: „Aufgrund dieser positiven Erfahrungen haben wir den Auftrag an AdClear um die Erarbeitung des Funnels und damit der Budgetplanung erweitert“, sagt Lisa-Marie Schiefer und führt weiter an: „Unser Ziel war es, unsere Partner mit denen wir schon seit Jahren erfolgreich zusammenarbeiten, ab jetzt für ihre Werbeleistung noch fairer zu vergüten. Außerdem können wir nun in allen Onlinemarketing-Kanälen eine effiziente Budgetverteilung vornehmen.“

Zum 1. Dezember hat Lautsprecher Teufel sein bisheriges Affiliate-Netzwerk abgelöst und wertet mit dem neuen Netzwerk zoobax alle Aktivitäten konsequent nach Funnel aus. AdClear zeichnet weiterhin für das Tracking und Analysesystem verantwortlich.

Über AdClear GmbH

AdClear ist einer der führenden unabhängigen Technologieanbieter im Bereich Customer-Journey-Analyse, Attribution sowie Online-Marketing-Steuerung und -Optimierung. Mit dem Tracking und Analysesystem von AdClear steht Online-Marketing-Verantwortlichen erstmals eine präzise und fundierte Entscheidungsgrundlage für die strategische Budgetallokation auf Kanal- und Kampagnenebene zur Verfügung. Intuitive Analysen und leicht verständliche Reports ermöglichen eine nachhaltige, kanalübergreifende Optimierung aller Kampagnen und Werbeaktivitäten. So können Effizienz- und Wachstumspotenziale schnell identifiziert und durch direkt ableitbare Handlungsempfehlungen nachhaltig erschlossen werden.

Neutral und unabhängig von kanalspezifischen Interessen ermöglicht AdClear die präzise und realitätsgetreue Abbildung des Online-Marketings in einem integrierten Controlling-System. AdClear hat sich dadurch bei vielen bestehenden Kunden zum Referenzsystem entwickelt, an dem alle anderen Reporting-Systeme abgeglichen werden.

Weiterführende Informationen unter www.adclear.de

Über Lautsprecher Teufel GmbH

Teufel gehört zu den führenden deutschen Herstellern von Hi-Fi-, Multiroom- sowie Heimkinosystemen und ist in Europa die Nr. 1 im Direktvertrieb von Audioprodukten. Das Unternehmen wurde 1980 in Berlin gegründet und bietet neben Stereo- und Heimkino-Lautsprechern auch die innovative Multiroom-Streaminglösung Raumfeld sowie PC- und Mobile Audio. Seit der Gründung setzt das Unternehmen immer wieder Trends bei Themen wie Surroundklang, THX-zertifizierter Heimkinosets oder Multiroom-Hifi. Guter Sound steht bei Teufel

stets an erster Stelle. Zahllose Auszeichnungen von Verbrauchern und Fachpresse belegen den Erfolg. Teufel-Produkte sind ausschließlich über den Direktvertrieb erhältlich.

Pressekontakt:

Sandra Goetz

Agentur Frische Fische

Tel. +49 (0)170-2005053

E-Mail: sag@frische-fische.com

Unternehmenskontakt:

Dimitrios Haratsis (CEO)

AdClear GmbH

Tel.: +49 (0)30-27573300

E-Mail: info@adclear.de

Lisa-Marie Schiefer (Online Marketing Manager)

Lautsprecher Teufel GmbH

Tel.: +49 (0)30-300930419

E-Mail: schiefer@teufel.de