



Facebook Audience Network und AppsFlyer launchen marktweit erstes In-App Advertising Measurement auf Kampagnenebene

Die neue Lösung steigert den Optimierungserfolg für Entwickler von Gaming-Apps

San Francisco / Berlin, 3. Juni 2020 – AppsFlyer, der weltweit führende Anbieter von mobilen Attributions- und Marketinganalytics, schließt mit [Facebook Audience Network](#) marktweit die erste Partnerschaft, die Entwicklern von Gaming-Applikationen eine Lösung zur Messung des In-App Advertising ROAS (Return on Advertising Spend) auf Kampagnenebene bietet.

Durch die Verknüpfung des Umsatzes, der von einer Nutzerkohorte aus dem Facebook Audience Network generiert wird, mit der Quelle der Nutzerakquise können App-Entwickler ihre User Acquisition-Strategie präziser optimieren und so die ROAS- und LTV-Genauigkeit verbessern. Entwicklern von Spieleanwendungen stehen so bessere Tools zur Verfügung, um qualitativ hochwertige Nutzer zu gewinnen, die ideale User Experience zu verstehen und ein langfristiges Engagement und Umsatz zu gewährleisten.

Angesichts des stetigen Wachstums des Gaming-Marktes wird eine größere Transparenz der In-App-Umsätze für den Optimierungserfolg von Spielen immer wichtiger. AppsFlyer ist in der Lage, die Verbindung zwischen dem Monetarisierungsnetzwerk, dem Nutzerakquisitionskanal und den mobilen Attributionsdaten herzustellen. Auf diese Weise kann AppsFlyer den generierten Umsatz mit dem Netzwerk zur Benutzerakquise verknüpfen und so ein ganzheitlicheres, genaueres und vollständigeres Bild des ROI eines Kunden liefern.

Bisher konnten der Monetarisierungsumsatz aus einer Kampagne zur Nutzerakquise nur auf der Grundlage von Durchschnittswerten berechnet werden, so dass Spielvermarkter Entscheidungen mit unvollständigen Daten treffen mussten. Die API von Facebook ermöglicht eine präzisere Messung der Werbeeinnahmen, die von einer bestimmten Nutzerkohorte generiert werden, was somit zu einer genaueren Berechnung führt.

"Unsere neue Lösung zur Messung auf Kampagnenebene schließt eine kritische Marktlücke, indem sie den Marketern auf unserer Plattform hilft, wirklich zu verstehen, ob ihr Return on Advertising Spend sowohl präzise als auch profitabel ist", so Mat Harris, Director of Product Management bei Facebook Audience Network.

"Da Messung stets vor der Optimierung steht, haben wir zusammen mit AppsFlyer die Initiative ergriffen, ein Produkt zu entwickeln, das Gaming-Marketern und Publishern hilft, die Effektivität von Werbekampagnen zu verstehen, die sie auf der Audience Network-Plattform durchführen. Wir wollen Spieleentwickler beim Aufbau nachhaltiger Geschäfte unterstützen und dies stellt eine weitere Gelegenheit dar, ihnen genaue, granulare Einblicke und das richtige Werkzeug zur Verfügung zu stellen, um ihr Geschäft auszubauen und zu verbessern."

"Wir freuen uns über die Zusammenarbeit mit dem Facebook Audience Network, um unseren gemeinsamen Kunden einen Mehrwert zu bieten", erklärt Ben Jeger, Managing Director Central Europe bei AppsFlyer. "Diese Partnerschaft bildet eine wichtige Grundlage für Marketingverantwortliche, insbesondere im Gaming-Bereich, um präzise Optimierungen durchzuführen. Diese Marketers können nun ihre vertrauenswürdigen Attributionsdaten nutzen, um hochqualitative Nutzer zu gewinnen und mit jedem ausgegebenen Dollar langfristig höhere Einnahmen zu erzielen".

Über AppsFlyer

AppsFlyer, der weltweite Marktführer in den Bereichen Mobile Attribution und Marketing Analytics, befähigt Marketer auf Basis von aussagekräftigen Messungen und Analyselösungen, ihr Mobilgeschäft auszubauen und innovativer zu sein. Entwickelt mit höchsten Ansprüchen an



Privatsphäre und Datenschutz verfolgt Appsflyer einen kundenzentrierten Ansatz, um mehr als 12.000 Marken und mehr als 6.000 Technologiepartner darin zu unterstützen, täglich bessere Entscheidungen zu treffen. Weitere Informationen unter <http://www.appsflyer.com>