



AppsFlyer launcht Xpend: Marketer erhalten genaue Kostendaten auf einer einzigen holistischen Plattform

Xpend verknüpft aggregierte Kosten- und Attributionsdaten miteinander, damit Marketingexperten schnell und effektiv ihre Performance optimieren und ihren tatsächlichen ROI genau berechnen können.

San Francisco/Berlin, 10. September 2020 – AppsFlyer, der weltweit führende Anbieter von mobilen Attributions- und Marketinganalytics, führt mit Xpend ein neues Cost-Aggregation-Produkt ein, um das Problem mit fragmentierten Kostendaten für App-Vermarkter zu lösen. Xpend unterstützt dazu komplexe Schemata und Datenmapping. Mit dem Wandel der Branche hin zu einer aggregierteren Messung von Marketingmaßnahmen steigt auch die Bedeutung einer genauen, vollständigen und umsetzbaren Kostenaggregationslösung. Xpend deckt 100 Prozent der Spend Data aus jeder beliebigen Quelle ab und bietet Zugang zu granularen Daten, mit denen sie schnell auf ihre Spend-Ziele reagieren, Werbeausgaben genau optimieren und letztendlich intelligenter und fundiertere Entscheidungen treffen können.

„In den letzten Jahren haben wir mit Tausenden von Kunden und Partnern zusammengearbeitet, die mit unserem Produkt zur Kostenaggregation Werbeausgaben in Höhe von zweistelligen Dollar-Milliardenbeträgen verzeichnet haben. Alles, was wir gelernt haben, haben wir genutzt, um die nächste Generation – Xpend – zu entwickeln“, sagt Gal Brill, General Manager, ROI360 von AppsFlyer. „Wir sehen dieses Produkt als Teil eines ganzheitlichen Ansatzes, der unseren Werbetreibenden und Partnern dabei helfen soll, ihren Marketing-Stack nahtlos in Betrieb zu halten. Die Bereitstellung aggregierter Kostendaten über APIs ist wichtiger denn je. Durch jahrelange Erfahrung in der Zusammenarbeit mit Performance-Vermarktern haben wir Xpend entwickelt, um die Herausforderungen der Datenaggregation und -normalisierung zu lösen, denen sich Vermarkter heutzutage gegenübersehen. AppsFlyer ist bekannt dafür, zuverlässige und genaue Attributionsdaten zu liefern – die Verknüpfung mit den Kosten ist nur ein natürlicher nächster Schritt“, führt Brill aus.

Marketingexperten kennen den Aufwand, der mit fragmentierten Daten verbunden ist, wie beispielsweise die manuelle Eingabe in wöchentliche Spend-Reports für Hunderte von Kanälen und Quellen, das Zusammenstellen endloser Tabellenkalkulationen, das Beheben von Diskrepanzen und die Korrektur falscher Daten. Da sie mit dem wachsenden Umfang und der zunehmenden Datenkomplexität Schritt halten wollen, ermöglicht ihnen Xpend den Zugriff auf alle ihre Daten in einer innovativen internen Lösung, mit der sie ihre Marketingausgaben genau optimieren können.

Da sich Branchenentwicklungen vornehmlich auf Datenschutz und Sicherheit konzentrieren, ist die Verwendung von Kostendaten, die allein an Attributionslinks gebunden sind, möglicherweise nicht mehr als zuverlässige Lösung anzusehen. Aus diesem Grund ist die Kombination von datenschutzorientierter Attribution mit der direkten Aggregation von Kostendaten durch API-Integrationen mit Partnernetzwerken eine unverzichtbare Lösung für Marketingexperten.



„Es gibt Hunderte von Kanälen und Werbenetzwerken, mehrere Quellen mit Zehntausenden von Kampagnen und Millionen von Keywords und Creatives. Da die Daten schier endlos sind, kann es für Vermarkter und App-Anbieter eine große Herausforderung sein, den Überblick zu behalten“, so Ben Jeger, Managing Director – Central Europe bei AppsFlyer. „Das Hinzufügen von unterschiedlichen Währungen zu diesem Mix schafft eine zusätzliche Informationsebene, die effizient analysiert werden muss, um umsetzbare Erkenntnisse zu erhalten. Xpend ermöglicht Marketingexperten den einfachen Zugriff auf diese Daten in einer einzigen Marketing-Plattform, wobei Attribution und Kosten nahtlos miteinander verknüpft werden“, so Jeger weiter.

Xpend bietet Marketers eine umfassende Möglichkeit, auf alle Kostendaten zuzugreifen und sie in einen ETL-Prozess (Extract, Transform, Load) zu überführen, der verschiedene Datenschemata in einem einzigen Modell zusammenführt. Auf diese Weise können die Daten einfach aggregiert, analysiert und optimiert werden. Darüber hinaus ist Xpend in über 60 APIs integriert, darunter Facebook, Google, AppLovin und die kürzlich hinzugefügten Marketinglösungen Twitter & Tencent.

Weitere Informationen zu Xpend unter <https://www.appsflyer.com/cost-aggregation/>

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 7.000 Technologiepartner darin zu unterstützen, täglich bessere Entscheidungen zu treffen. Weitere Informationen unter <http://www.appsflyer.com>

Pressekontakt

Agentur Frische Fische
Celia Gastaldi-Höppner
Tel: +49 (0)30 61675555
Mail: cg@frische-fische.com