

Pressemitteilung

Online werben, offline shoppen: madvertise launcht datengetriebene Drive-to-Retail-Lösung auf dem deutschen Markt

- *Madvertise bietet erste Drive-to-Retail-Lösung auf dem deutschen Markt an, die auf Aggregation und Integration von mobilen Geolokalisierungsdaten beruht*
- *Retailer mit mehreren Filialen erhalten Einblicke über eigene Besucherströme und denen der Konkurrenz in Echtzeit*
- *Kampagnen werden darauf abgestimmt, die Kunden von ihren gewohnten Pfaden weg und hin zum eigenen Point of Sale zu lenken*

Berlin, 29. Juni 2022 – Der Mobile-Ad-Tech-Pionier madvertise launcht eine Lösung, mit der Retailer Besucherströme durch datengetriebene Marketingmaßnahmen in den eigenen Store lenken können. Das Unternehmen verarbeitet dafür Geolokalisierungsdaten in Echtzeit und analysiert den Visit Share des Retailers und den konkurrierender Anbieter in der Umgebung. Madvertise-Kunden erhalten Zugang zu einer wichtigen Entscheidungshilfe, die es ihnen ermöglicht, strategische Maßnahmen auf Marketing-, Kommunikations- und Netzwerk-Ebene einzuleiten. Damit komplettiert madvertise seinen 360-Grad-Ansatz für den Einkauf, die Aggregation und Integration von Daten zusammen mit Mediaplanung, Kampagnenumsetzung und Erfolgsmessung.

„Online werben, offline shoppen: Die effektive Verknüpfung beider Welten gilt noch immer als eine der größten Herausforderungen der Werbebranche. Immer neue Technologie- und Datenerweiterungen versprechen, den digitalen und den stationären Handel performant zu verbinden, aber bisher war in Deutschland niemand in der Lage, Bewegungsdaten der Nutzer:innen dafür in Echtzeit einzusetzen“, erklärt Francois Roloff, CEO von madvertise. „Mit unserer Drive-to-Retail-Lösung kann sich das wahre Talent von Mobile entfalten: Die Nutzer:innen zum richtigen Zeitpunkt genau dort ansprechen, wo sie gerade sind – und sie dazu zu bewegen, gewohnte Pfade zu verlassen und die Stores unserer Kunden zu betreten.“

Geo-Marketing at its best

Der Drive-to-Store-Ansatz von madvertise basiert auf Machine Learning und Daten-Layern. Dabei werden Bewegungsmuster mobiler Nutzer:innen an den und um die Points of Interest (POI) in Echtzeit analysiert und mit Targeting-Personas und soziodemografischen Daten verbunden. So lassen sich Prognosemodelle erstellen, die eine Optimierung von Mediabudgets auf diejenigen Orte und Nutzer:innen erlauben, bei denen sie die größte Wirkung erzielen – und das vollständig datenschutzkonform. User:innen können so entlang ihrer Bewegungsvektoren nachweislich für alternative Angebote und neue Geschäfte aktiviert werden. Auch die Kund:innenanteile der Konkurrenz in einem definierten Gebiet können erforscht werden. Anhand dieser Daten lassen sich perfekt zugeschnittene Marketingkampagnen inszenieren, um die Kundschaft weiter zu halten oder um neues Business zu generieren. Je nachdem, welches Ziel der Retailer verfolgt, wird eine eigene Strategie festgesetzt und der Media-Mix gewählt. Werbetreibende können ihre Kundinnen und Kunden mit personalisierten und Dynamic-Creative-Optimization(DCO)-basierten Botschaften auf ihrem mobile Device ansprechen. Die Kampagnen lassen sich außerdem über Out-of-Home-Maßnahmen verlängern und sollen langfristig auch über Social-Media-Aktionen auf Facebook und Instagram für die Audiences zur Verfügung stehen.

Über madvertise

Der Mobile-Ad-Tech-Pionier madvertise wurde 2008 gegründet und ist als Premium-Vermarkter auf innovative Branding-Lösungen mit aktivierenden, hyperlokalen Werbeformen inklusive Video und Sonderplatzierungen für mobile Endgeräte spezialisiert. Dank der Inhouse-Kreationsabteilung liegt der Fokus auf lebendiger Mobile-Konzeption mit Special-Formaten und interaktiven Video-Lösungen. Werbetreibende erreichen im madvertise Premium-Netzwerk rund 25 Millionen Unique User monatlich. Das ausgewählte Portfolio umfasst eine Vielzahl von hochwertigen Publishern aus dem Nachrichtenumfeld sowie dem Lifestyle & Entertainment-Segment. madvertise arbeitet für nahezu alle Agenturnetzwerke und Mediaagenturen, wie GroupM, Havas, OMD und Pilot. Zu den Kunden von madvertise zählen Brands wie Flaconi, Lego oder die Deutsche Bahn. Das Unternehmen operiert mit seinem etwa 60-köpfigen Team unter der Führung von CEO Francois Roloff vom Hauptsitz Berlin aus und verfügt über Niederlassungen in Frankreich, Italien und in den USA.

Weitere Informationen unter: <https://madvertise.com/de/>