



Pressemeldung

Entwicklung auf Kundenwunsch: Das neue Produkt Pivot von AppsFlyer erlöst App-Vermarkter von Excel

- Produktentwicklung auf Wunsch der Kunden nach einer Alternative für Pivot-Analysen in Excel
- Pivot von AppsFlyer ermöglicht individuelle und multidimensionale Analysen von Marketingdaten direkt im Dashboard zur Optimierung von Nutzeransprache, Retention und Budgeteinsatz

Berlin, 16. Mai 2017 – Man mag es kaum glauben, aber viele Werbetreibende hantieren auch im Jahr 2017 noch mit monströsen Excel-Tabellen, um Kunden-Insights aus Kampagnendaten zu ziehen. Marketing-Teams verschwenden viel Zeit mit dem Versuch, Frontend- und Backend-Daten abzugleichen, um richtige Entscheidungen für die Optimierung ihrer App-Marketing-Kampagnen zu treffen. Aus diesem Grund baten Kunden wie Match Group, Anbieter von Dating-Apps wie Tinder und OKCupid, [AppsFlyer](#) als führende Plattform für die Attribution mobiler Werbung und Marketing-Analytics darum, ein Tool zu entwickeln, das Offline-Instrumente wie Excel zur Datenanalyse entbehrlich macht. Das Ergebnis ist Pivot, das eine hochgradig individuelle Datenanalyse erlaubt, einschließlich der Analyse der Media-Kosten, Funnel-Analysen und Retention.

Pivot ist eine neue Reporting-Oberfläche innerhalb des Dashboards von AppsFlyer. Der Anwender muss kein Datenspezialist sein, um multidimensionale Analysen von Marketingdaten aufzusetzen, die Antworten auf hochkomplexe Fragen geben. Welche Kampagnen wirken schnell, welche langfristig und warum? Welche Werbenetzwerke sind Geldverschwendung? Was zeichnet treue Nutzer aus? Pivot spart den Marketing-Teams erheblich Zeit und Aufwand. In Schnelle werden Hunderttausende Zeilen aggregierter Daten analysiert und damit zusätzliche Hilfsmittel wie Excel überflüssig.

„Für jeden Marketingverantwortlichen gehört es zu den größten Herausforderungen, Front-End- und Back-End-Daten zu standardisieren und abzugleichen, um aus den Daten kluge Entscheidungen und Optimierungspotenzial abzuleiten“, so James Peng, Head of Mobile and Social Acquisition bei Match Group. „Pivot hat unseren Prozess bei der Optimierung der Werbenetzwerke um 10 Prozent beschleunigt und unsere typischen täglichen Abläufe wie das Monitoring von Trends und Performance um 15 Prozent effizienter gemacht. Wir nutzen die Erkenntnisse von Pivot für eine breite Palette von Anwendungsfällen: als Dashboard genauso wie zur Fraud-Erkennung und Kampagnenoptimierung. Das Tool wird sich für die Branche als sehr wertvoll erweisen. Wir verwenden jetzt keine Arbeit mehr darauf, Daten aus verschiedenen Werbenetzwerken zusammenzustückeln, sondern haben direkt an der Quelle der Daten den vollen Einblick – beim Attributionsanbieter.“

Pivot bietet Vermarktern den direkten Zugang zu nahezu allen mobilen Attributions- und Marketinganalysedaten und KPIs. Neu ist, dass eine tiefgehende Analyse direkt aus dem AppsFlyer-Dashboard möglich ist. Die einfach zu bedienende Benutzeroberfläche erlaubt es Vermarktern, jedes Element wie etwa Zeilen, Spalten, Dimensionen, Gruppen und Filter individuell anzupassen. Pivot-Analysen können wesentlich schneller als bisher bearbeitet, als Vorlage verwendet, gespeichert, angepasst und geteilt werden.

„Seit den frühen Tagen des PCs haben sich Marketer auf grundlegende Werkzeuge wie Tabellenkalkulationsprogramme für die Datenanalyse verlassen, und viele sind noch heute von diesen Offline-Tools abhängig“, so Ben Jeger, Managing Director DACH von AppsFlyer. „Pivot gibt den Werbetreibenden die Möglichkeit, die Daten in die eigenen Hände zu nehmen. Damit agieren sie schneller, arbeiten intelligenter zusammen und lassen zeit- und ressourcenfressende Software-Relikte aus den 90ern hinter sich.“

Use Cases von Pivot für Werbetreibende:

- **Analyse der Media-Kosten:** Bislang war es sehr aufwendig, die Zusammenhänge von Media-Ausgaben und ROI auf der Makroebene – über Apps und Kampagnen hinweg – zu verstehen. Mit Pivot können Werbetreibende die Daten nach Kampagne, Werbepartner und App gruppieren und den ROI nach Medienquelle, Geodaten und App ermitteln zur Optimierung der Budgetallokation.
- **Tiefenanalyse von Kampagnen:** Werbetreibende können benutzerdefinierte Funnel erstellen, die von Impressions zu Klicks, Downloads, Conversion Rates, In-App-Aktivitäten bis hin zu Umsatz, ROI und Deinstallationen alles abbilden, heruntergebrochen auf Tag, Medienquelle, Kampagne und Werbemittel. Diese lassen sich wiederum mit verschiedenen Filtern durchsieben, zum Beispiel nach Geodaten, um ein vollständiges Bild der Kampagnen-Performance zu erhalten. Das Setup ist in weniger als einer Minute erledigt.
- **Nutzeraktivität und Retention Insights:** Verschiedene KPI können miteinander in einer Pivot-Analyse in Verbindung gebracht werden, um zu verstehen, welchen Anteil am Umsatz neue und bestehende Kunden haben. Daraus lässt sich die optimale Mischung aus Akquise- und Retargeting-Kampagnen ableiten.

Damit Pivot die tägliche Praxis in der App-Vermarktung bestmöglich unterstützt, haben zahlreiche Marken, Werbetreibende und Entwickler am Beta-Programm teilgenommen, darunter The Telegraph, Gett und SkyScanner. Pivot von AppsFlyer ist nun als Premium-Feature für alle AppsFlyer-Kunden verfügbar.

Über AppsFlyer

Auf 98 Prozent aller Smartphones weltweit ist die Technologie von AppsFlyer, der führenden Plattform für die Attribution mobiler Werbung und Marketing-Analytics, zu finden. Datengetriebene Vermarkter unterstützt AppsFlyer als unabhängiger Partner für Werbemessung und innovativer Technologieanbieter beim Ausbau ihres Mobilgeschäfts. AppsFlyer trackt jeden Tag Milliarden mobiler Benutzeraktionen und ermöglicht es Werbetreibenden und Entwicklern damit, den Return of Investment ihrer Werbeausgaben zu maximieren. Mit der Attributionslösung NativeTrack™, umfassenden Marketinganalysedaten, dem intelligenten Deeplink namens „OneLink“ und der Active Fraud Suite mit dem gerätebasierten Schutz DeviceRank finden Advertiser der erfolgreichsten mobilen Apps der Welt alle Instrumente gebündelt, die sie für die Optimierung ihrer Werbeinvestitionen benötigen. Mehr als 10.000 weltweit führende Marken und Partner, darunter Facebook, Google, Twitter, Pinterest, Tencent, HBO, Playtika, Waze, Alibaba und Kayak, vertrauen auf die Technologie von AppsFlyer. App-Vermarkter können sich an lokale Experten in 12 Standorten weltweit wenden, darunter die DACH-Zentrale in Berlin unter Leitung von Managing Director Ben Jeger.

Weitere Informationen finden Sie unter www.appsflyer.com

Pressekontakt:

Agentur Frische Fische
Gesine Märten
Tel: +49 (0) 351 5635 5661
E-Mail: gm@frische-fische.com