

Diese Einzelhandel-Trends aus 2015 sollte jeder Marketer kennen

5
Megatrends, die Marketing für den Einzelhandel für immer verändern werden.

Wir haben die Fakten zusammengestellt, die jeder für den Einzelhandel tätige Marketer kennen sollte.

Offline 1

Digitales Marketing beeinflusst die meisten Verkäufe am Point-of-Sale mit

Wichtig: Digitales Marketing steigert nicht nur die Online-Sales, sondern beeinflusst auch die Ergebnisse am Point-of-Sale. Um den ROI von Online Media Spendings korrekt zu ermitteln, müssen deshalb auch Offline-Umsätze einberechnet werden.

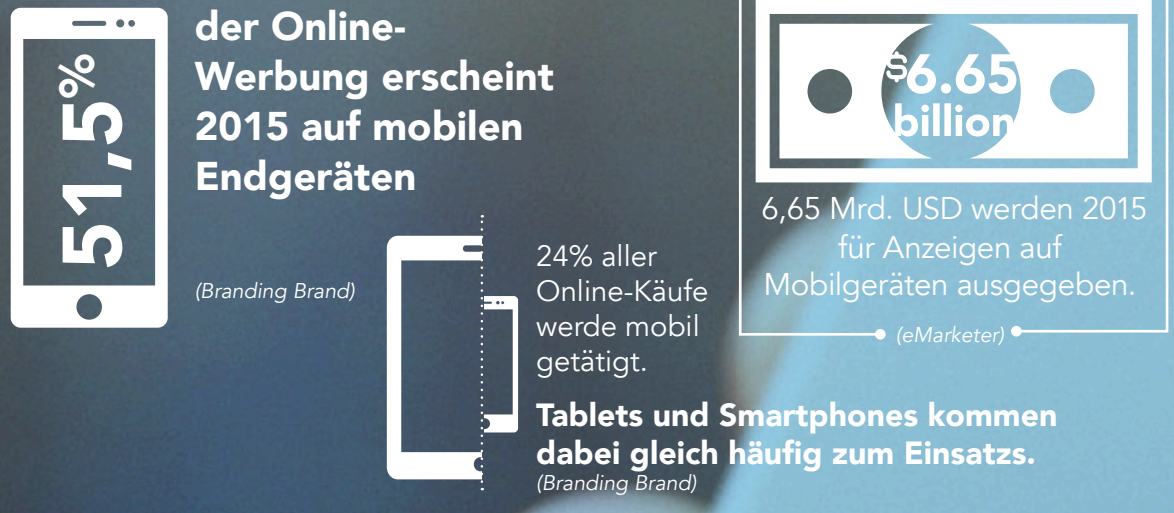


- #### Einflussfaktoren
- 78 % der digitalen Einkäufer sagen, dass sie sich online über Produkte informieren, um dann im Laden zu kaufen (*Accenture*).
 - Auf Mobile entfielen 2014 rund 57% der digital beeinflussten Verkäufe (*Deloitte*).
 - Die Nutzung von First-Party-Data ermöglicht inzwischen Online-Targeting und Offline-Tracking.
 - Mithilfe von Multi-Touch-Attribution (MTA) oder Marketing-Mix-Modeling (MMM) kann der Einfluss von Online-Maßnahmen auf Offline-Sales gemessen und optimiert werden.

Vereint inzwischen den Großteil der Online-Spendings auf sich

Mobile 2

Wichtig: Mobile Advertising kann mehr als nur Reichweite auf den Devices: Mobile Werbung ist eine zentrale Marketing-Maßnahme, die den Konsumenten mit einer cross-device und cross-channel-Strategie bis zum Kauf führt und begleitet.



- #### Einflussfaktoren
- Mobiler Traffic macht 53% des Online-Traffics aus (*Branding Brand*).
 - 67% der Kunden tätigen Einkäufe über verschiedene Endgeräte (*Google*).
 - Inzwischen gehen sowohl mobiler Traffic als auch mobile Bestellungen öfter auf Smartphones als auf Tablets zurück (*Branding Brand*).
 - Inzwischen ist cross-device Targeting und -Attribution möglich (*MediaMath*).
 - Einfluss mobiler Werbemittel auf stationäre Käufe kann nun zurückverfolgt werden (*MediaMath*).

PMP 3

Wandel von Direct Publisher Deals zu Programmatic

Wichtig: Ein Großteil des Display-Mediaeinkaufs findet direkt über Publisher und nicht per Programmatic statt. Das Verhältnis ist jedoch im Wandel begriffen.



- #### Einflussfaktoren
- Effizienz durch programmatischen Einkauf aller Anzeigen über einer Plattform (*MediaMath*).
 - Marketer profitieren von höherer Transparenz beim Wert der einzelnen Direct-Publisher-Angebote (*MediaMath*).
 - Marketer können weiterhin Inventar kaufen, das garantiert sichtbar und markensicher ist (*MediaMath*).
 - First-Party- bzw. Third-Party-Daten können als Entscheidungsgrundlage für den Mediaeinkauf genutzt werden (*MediaMath*).
 - Einsatz für Branding oder Performance.
 - Bessere Erträge bei gleichem Budget.

Erheblicher Anteil an Online-Werbeausgaben 2015

Video 4

Wichtig: Video Advertising stärkt nicht nur die Markenbekanntheit. Vielmehr ermöglicht das zunehmend auch programmatisch verfügbare Inventar effizienteres Targeting und höheren ROI.

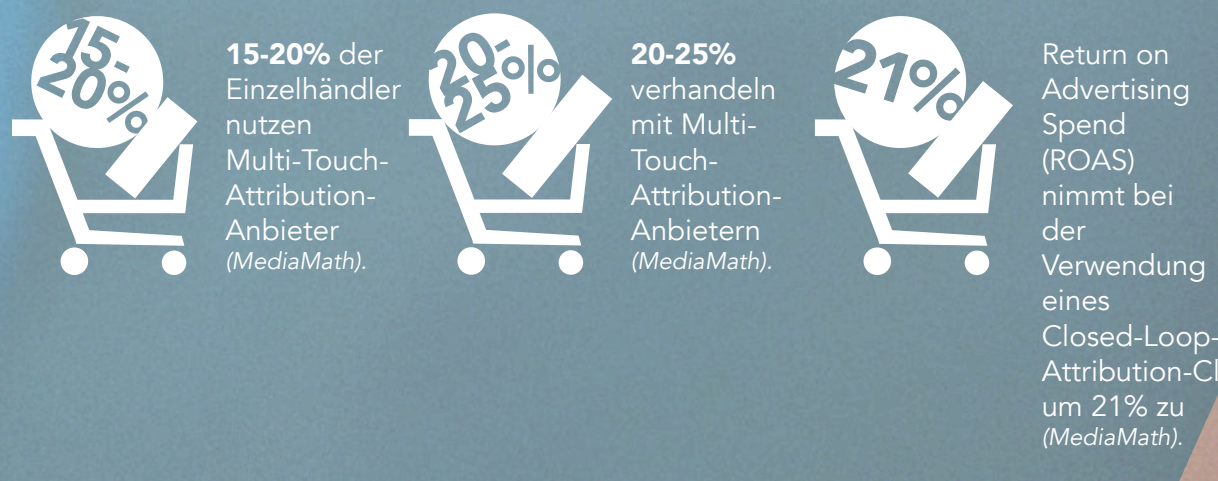


- #### Erfolgsfaktoren
- 35% der Online-Spendings im Einzelhandel zielen auf Branding (*eMarketer*).
 - Targeting für Video Advertising wird für Marketer attraktiver. In einer kürzlich durchgeführten Umfrage nannten 56% der befragten Marketer Targeting als das „wertvollste Feature des Video Advertisings für ihre Kunden“ (*eMarketer*).
 - Programmatic Targeting, basierend auf Viewability und Brand Safety, macht Video Advertising komfortabler (*MediaMath*).
 - First-Party- bzw. Third-Party-Daten können für Audience Targeting genutzt werden (*MediaMath*).
 - Budgets verschieben sich von klassischem TV zu Video Advertising.

Multi-Touch Attribution 5

Closed-Loop-Attribution ist der nächste logische Schritt

Wichtig: Unternehmen, die Multi-Touch-Attribution verwenden, nutzen die Ergebnisse, um ihren Media-Einkauf zu optimieren.



- #### Erfolgsfaktoren
- Einzelhändler wollen Media auf Basis von Multi-Touch-Attribution-Ergebnissen einkaufen (*MediaMath*).

Wollen Sie mehr über digitales Marketing für den Einzelhandel wissen?
Besuchen Sie den [MediaMath-Blog](#) für Handelsmarketing oder klicken Sie hier für mehr Information zu [MediaMath Retail](#).



Strength in Numbers

MediaMath

150 Greenwich Street, 45th Floor
New York, NY 10007
(646) 840-4200

www.mediamath.com/contact-us