



FACTSHEET AFFILIATE-MARKETING

Impulsstarker Verkaufskanal

Affiliate Marketing ist das Zugpferd performanceorientierter Vertriebsstrategien. Mit dem richtigen Publisher-Netzwerk sind Werbetreibende stark aufgestellt, wenn es um harte KPIs wie Neugeschäft, Umsatz oder Traffic geht. The Reach Group verhilft userzentrierten Kampagnen mit den richtigen Partnern im Netzwerk zum Erfolg.

Ob Preissuchmaschine, Couponing-Seite, Cashback-Portal oder Dealblog: Affiliate-Seiten geben am Ende der Customer Journey häufig den entscheidenden Impuls zum Abschluss. Bei komplexen Kaufentscheidungen oder als Auslöser für den schnellen Impulskauf kommt Affiliate Marketing deshalb eine zentrale Rolle im Marketing-Mix zu. Mit den richtigen Publishern bietet der Kanal zudem eine umfassende Reichweite mit Performanceorientierung. Auch Social Media, Permission Marketing und Virtual Currency können effizient und leistungsbasiert erschlossen werden.

Affiliate-Reichweite wirksam einsetzen

The Reach Group bringt Marken, Produkte und Marketingziele mit passenden Publishern zusammen. Intelligente Audience-Analysen und langjährige Erfahrung zeigen, welche Affiliate-Seiten bei den gesuchten Konsumentengruppen hoch im Kurs stehen. Dauerhafte Beziehungen zu Top-Publishern und Affiliate Networks schaffen die Basis dafür, Angebote an Publisher wirksam zu formulieren.

„Wir verstehen ein Affiliate-Programm nicht als Blackbox, sondern als echte Kooperation auf Augenhöhe mit professionellen und erfolgreichen Publishern.“

Holger Brandt und André Koegler

Rundum-Unterstützung für Erfolg

The Reach Group bietet strategische Planung sowie operative Umsetzung von Affiliate-Kampagnen. Bei jeder Konzeption steht die Zielgruppe gedanklich im Mittelpunkt. Dazu hat The Reach Group die Methode „User Centered Marketing Lifecycle (UCML)“ als neuen Standard für die Konzeption zielgruppengerechter Onlinemarketing-Kampagnen entwickelt. Vom Set-up über die kontinuierliche Optimierung und Erfolgskontrolle bis hin zur Entwicklung von Promotions und Akquise neuer Publisher werden alle Maßnahmen im Hinblick auf den Konsumenten iterativ optimiert.

The Reach Group
Digital Performance

The Reach Group GmbH

F +49 30 223344 77

E info@reachgroup.com

W www.reachgroup.com

twitter.com/thereachgroup

www.facebook.com/thereachgroup



FACTSHEET DYNAMIC RETARGETING

Kraftpaket im Media-Mix

Retargeting bietet effiziente Möglichkeiten, Konsumenten zu einem Angebot zurückzuführen und zu konvertieren. Und das performancestarke Kraftpaket kann noch mehr: The Reach Group vergrößert mit Dynamic Retargeting die erreichbare Zielgruppe um potenzielle Neukunden und verbessert gleichzeitig die Ansprachegenauigkeit im Display Marketing.

Onlinemarketing-Kampagnen erreichen immer auch unentschlossene Interessenten, die zwar bereits mit der Marke interagiert haben, sich jedoch noch nicht zu einer Kaufentscheidung durchringen konnten. Retargeting ist ein bewährtes Mittel für all jene, die einen weiteren Impuls benötigen, um einen Kauf abzuschließen. Retargeting bietet einen effizienten technischen Rahmen, um passende Botschaften erneut an einzelne Personen in der Zielgruppe heranzutragen. Aufgrund der präzisen Ansprachetechnologie ist es zudem möglich, Kampagnen auf Verbraucher auszudehnen, die die Kampagne noch überhaupt nicht kennen.

Usercentered Performance Marketing als ganzheitlicher Ansatz

In der Regel kommt die Zielgruppe innerhalb der Customer Journey erst vergleichsweise spät mit Retargeting-Werbemitteln in Kontakt. The Reach Group entwickelt deshalb individuelle Attributions- und Storytelling-Modelle, um innerhalb einer Kampagne die passende Kontaktfrequenz zu bestimmen oder eine Kannibalisierung mit anderen Mediakanälen zu verhindern. Die Zielgruppe wird auf Basis der Methode „User Centered Marketing Lifecycle (UCML)“ nutzerzentriert angesprochen und die Kampagne kontinuierlich sowie präzise optimiert. Für maximale Effizienz der Retargeting-Kampagnen kombiniert The Reach Group die Technologie zudem mit Impulsen aus anderen Mediakanälen und nutzt gleichzeitig Display-, Social-, Search, E-Mail sowie Mobile als starke Reichweitenlieferanten.

Statistische Zwillinge für doppelten Erfolg

The Reach Group perfektioniert Retargeting-Maßnahmen mit der unternehmenseigenen Lösung „New Audience Targeting“. Damit können aus statistischen Zwillingen, basierend auf deren Interessen, soziodemografischen Daten, Surfverhalten und Echtzeitvorhersagen, Zielgruppen erweitert und mit bis zu 100 Segmenten abgebildet werden. Im Ergebnis erhöht sich die

limitierte Anzahl der zuvor erreichbaren Verbraucher nicht nur quantitativ, die datenbasiert identifizierten Personen haben zudem ein überdurchschnittlich großes Interesse an den beworbenen Produkten und weisen hohe Conversionraten auf.

„Mit Retargeting überzeugen wir nicht nur zögerliche Kunden. Die Nutzer einer Kampagne, die bereits Interesse an einem Produkt gezeigt haben, helfen uns außerdem über einen statistischen Profilabgleich, potenzielle weitere Kunden zu identifizieren. Durch den datenbasierten Ansatz erreichen wir ausschließlich Zielgruppen, die eine hohe Affinität für die Marke mitbringen.“

Simon Schier

The Reach Group
Digital Performance

The Reach Group GmbH

F +49 30 223344 77

E info@reachgroup.com

W www.reachgroup.com

twitter.com/thereachgroup

www.facebook.com/thereachgroup



FACTSHEET INBOUND MARKETING

Kundentreue und positives Markenimage

Inbound Marketing begeistert potenzielle Kunden mit hochwertigen und mehrwertorientierten Inhalten für eine Marke oder ein Produkt. Mit der richtigen Fährte aus passgenauen Inhalten rund um die Produkte findet die Zielgruppe selbstinitiativ zu Ihrem Angebot. The Reach Group generiert über Inbound Marketing nachhaltig Zufriedenheit und Kundentreue.

Inbound Marketing: Nachhaltigkeit im Onlinemarketing

Inbound Marketing wirkt auf allen vier Stationen des Kaufprozesses: Awareness, Consideration, Conversion und Loyalty. Während anfangs mehrwertorientierte Inhalte Interesse wecken, gilt es im zweiten Schritt, potenzielle Kunden für eine Marke oder ein Produkt zu begeistern. In der Phase „Conversion“ begleitet das Inbound Marketing den Kauf und stabilisiert die Beziehung des Kunden zum Produkt und zur Marke über den Abschluss hinaus. Die Aufteilung in die vier Stationen erlaubt es, den Kunden strukturiert und auf dessen individuelle Bedürfnisse orientiert, während des kompletten Interaktionsprozesses zu begleiten.

„Jede Station im Kaufprozess erfordert spezifische und besonders geeignete Kanäle und Content-Formate, um eine ideale Kundenansprache zu kreieren. Erfolgreiches Inbound Marketing legt deshalb den Grundstein für langfristige Kundenbeziehungen.“

Jan Kutschera

Das richtige Konzept für passgenaue Ansprache

Die Spezialisten von The Reach Group konzipieren userzentrierte Inbound-Marketing-Kampagnen und übernehmen Planung und Aufbau für alle relevanten Kanäle. Mit Persona-Analysen werden Merkmale der optimalen Zielgruppe schon in der Konzeptphase bestimmt und passende Kampagneninhalte vorbereitet. Während der Kampagne optimiert The Reach Group Zielgruppenmerkmale und Maßnahmen iterativ auf Basis der über die Zielgruppe erhobenen Daten.

Datengetriebene Kampagnen und langjähriges Know-how

The Reach Group bietet Kampagnen auf Basis von datengetriebener Automatisierung und dem breitem Know-how eines interdisziplinären Spezialistentteams. Neueste Trends werden frühzeitig geprüft und in Konzeptionen

integriert, wenn sie für Werbetreibende Vorteile versprechen. Kunden von The Reach Group profitieren zudem von hochwertigem Monitoring und transparenten Reportings. Bei der Automatisierung kooperiert The Reach Group mit Anbietern von State-of-the-art-Tools wie hubspot. Die Technologie begleitet unter anderem die Umsetzung von kompletten Inbound-Marketing-Kampagnen.

The Reach Group
Digital Performance

The Reach Group GmbH

F +49 30 223344 77

E info@reachgroup.com

W www.reachgroup.com

twitter.com/thereachgroup

www.facebook.com/thereachgroup



FACTSHEET PERFORMANCE DISPLAY

Postview schlägt die Brücke

In unserer digital geprägten Welt ist Display Marketing nicht nur ein zuverlässiger Leistungsbringer beim Erschließen neuer Nachfragepotenziale, sondern auch ein wesentlicher Faktor beim Aufbau der Markenbekanntheit. Innovative Tracking-Technologien machen Branding-Effekte so mess- und optimierbar wie einen Klick. The Reach Group transformiert klassisches Display Marketing mit Postview-Tracking zu einer neuen Disziplin im datengetriebenen Marketing: Performance Display.

Der Klick ist als Indikator für den Erfolg von Display-Kampagnen überholt: Über 85 Prozent aller gemessenen Klicks werden von gerade einmal acht Prozent der Bevölkerung generiert – gleichzeitig stammen über 90 Prozent der Webseitenbesuche werbetreibender Unternehmen von Nicht-Klickern. Den signifikanten Einfluss, den Display Marketing dennoch auf Nicht-Klicker hat, weist die Technologie Postview-Tracking nach. Diese dokumentiert die Sichtkontakte einzelner Betrachter und macht Conversions sichtbar, die mit Display-Marketing-Maßnahmen in Zusammenhang stehen. Die Abrechnung findet in der Regel performancebasiert statt.

„Performance Display ist inzwischen fester Bestandteil in beiden Welten: sowohl im Performance-Marketing als auch beim Markenaufbau erzielen wir hervorragende Resultate. Denn Postview macht Performance-Effekte von Display-Kampagnen messbar.“

Philipp Roth

Lage, für jeden einzelnen Konsumenten innerhalb der definierten Zielgruppe zu jedem Zeitpunkt einen individuellen und dynamischen eTKP auszuweisen. Das Ergebnis sind neu initiierte Nachfragepotenziale – effizient und messbar.

The Reach Group
Digital Performance

The Reach Group GmbH

F +49 30 223344 77

E info@reachgroup.com

W www.reachgroup.com

twitter.com/thereachgroup

www.facebook.com/thereachgroup

Reichweitenstärke und innovative Technologie

The Reach Group bündelt die Medialeistung von tausenden Premium-Web-sites und hochwertigem Programmatic-Advertising-Inventar in einem zentral verwalteten Performance-Netzwerk zu maximaler Reichweite. Die eingesetzte Postview-Technologie transformiert gleichzeitig klassisches Display Marketing hin zu einem datengetriebenen Performance Display Marketing. Auf Basis der Methode „User Centered Marketing Lifecycle (UCML)“ rücken präzise definierte Zielgruppen mit Conversionpotenzial in den Fokus. The Reach Group optimiert Performance-Display-Kampagnen auf Basis des hauseigenen, selbstlernenden „Machine Learning Algorithm“, mit dessen Hilfe präzise Profile erstellt werden. Erhobene Daten werden unpersonalisiert zusammengefasst, statistisch analysiert und bilden damit die Basis, um Kampagnen kontinuierlich auf die gewünschten Ergebnisse hin zu optimieren. Klickstarke, aber unterklassige Websites werden aussortiert. The Reach Group ist in der



FACTSHEET REALTIME ADVERTISING

Markenaufbau in Echtzeit

Digitale Kommunikation findet in Echtzeit statt. Und Werbung kann seit der Entwicklung des programmatischen Einkaufs mithalten: Realtime Advertising baut Markenbekanntheit auf und spricht dafür Zielgruppen zur richtigen Zeit am richtigen Ort an. The Reach Group erreicht mit effizienten, automatisierten Kampagnen die enorme Reichweite von über 80 Prozent aller Internetnutzer in Europa. Werbetreibende profitieren von optimierten Einkaufspreisen und der hochpräzisen Ansprache ihrer Zielgruppe.

Realtime Advertising ermöglicht es Werbetreibenden, mithilfe des automatisierten Mediaeinkaufs höchst selektive Zielgruppen in Echtzeit anzusprechen. Permanentes Controlling und detaillierte Steuerungsmöglichkeiten im Realtime-Bidding-Markt sichern Kampagnen nicht nur die gewünschte Aufmerksamkeit, sondern auch größtmöglichen Impact zu bestmöglichen Einkaufspreisen. Mit Realtime Advertising stärken Marken ihre Bekanntheit bei ihrer Zielgruppe ohne Streuverluste.

Erfolg durch langjährige Erfahrung: Unsere Experten

The Reach Group verfügt über ein Team aus Realtime-Advertising-Pionieren, welches bereits seit 2009 national und international in mehr als 28 Ländern automatisierte Kampagnen ausspielt. Werbetreibende oder Mediaagenturen werden sowohl mit Reichweitenverlängerung als auch mit Audience Management unterstützt. Durch präzise Adressierung minimiert The Reach Group Streuverluste und maximiert den Return on Investment. The Reach Group konzipiert Realtime-Kampagnen userzentriert nach der Methode „User Centered Marketing Lifecycle (UCML)“ und sorgt so für präzise Zielerfüllung. Von Web über Mobile, von Video bis hin zu Social Media gelangen perfekt abgestimmte Werbemittel zum idealen Zeitpunkt zur passenden Zielgruppe.

Starke Partner und Sicherheitssysteme

The Reach Group arbeitet als unabhängiger Reichweitenspezialist über unterschiedlichste Demand-Side-Plattformen und mit allen verfügbaren Supply-Side-Plattformen sowie Data-Providern. In Kampagnen werden zudem unternehmenseigene Daten von Werbetreibenden, beispielsweise aus einem CRM, integriert. Um ein sicheres Umfeld für Marken garantieren zu können, kommen bewährte Controlling-Systeme und -Methoden wie globale Blacklists, Inventar- und Traffic-Kontrollen sowie zahlreicher Filter zum Einsatz.

„Brand Safety ist bei The Reach Group ohne Aufpreis integriert. Werbetreibende erhalten zudem transparenten Einblick in alle Buchungen bis auf die Platzierungsebene“

Philipp Roth

Umfassende Reichweite

Durch exklusive Partnerschaften und Private Deals mit Top-Publishern und Verlagshäusern aus ganz Europa verfügt The Reach Group über Zugang zu nicht-öffentlich verfügbaren, hochwertigen Premium-Inventaren zu Sonderkonditionen. Durch die Bündelung all dieser Quellen im Reichweitennetzwerk erzielt The Reach Group eine Reichweite von über 80 Prozent aller europäischen Internetnutzer.

The Reach Group
Digital Performance

The Reach Group GmbH

F +49 30 223344 77

E info@reachgroup.com

W www.reachgroup.com

twitter.com/thereachgroup

www.facebook.com/thereachgroup



FACTSHEET SEARCH ENGINE ADVERTISING

Wegweiser für Kunden

Die erste Anlaufstelle für Kunden, die sich vor einer Kaufentscheidung im Internet über ein Produkt informieren, sind Suchmaschinen. Search Engine Advertising (SEA) ist eine sinnvolle Ergänzung zur SEO-Strategie. Wenn eine Top-Platzierung unter einem begehrten Suchbegriff zu aufwendig und kostenintensiv ist, kann eine Positionierung in den Search Ads wertvolle Traffic-Potenziale erschließen.

Search Engine Advertising (SEA) trägt gezielt zu Kaufentscheidungen bei und bietet gleich an mehreren Stellen der Customer Journey ideale Ansprachemöglichkeiten. Als Conversion-Schwergewicht hat sich Paid Search als wichtiger Bestandteil im Performance-Marketing-Mix etabliert. Erfahrene Mitarbeiter und die intelligente SEMSUITE-Technologie von The Reach Group sorgen dafür, dass sich der eingekaufte Traffic auszahlt.

Keyword Targeting und Audience Analysis verbinden

Onlinekäufe werden in großer Zahl durch Suchanfragen initiiert. Während in der „Consideration Stage“ – also in der Recherchephase rund um ein Produkt – generische Suchwörter den richtigen Impuls für eine Conversion geben, übernehmen das in der „Conversion Stage“, also direkt beim Kauf, oftmals eher Brand Keywords. Das passende Keyword ist deshalb nach wie vor der Schlüssel zum Erfolg jeder SEA-Kampagne.

Maßgeschneiderte Tools

Langjährige Erfahrung und maßgeschneiderte Tools erlauben es The Reach Group, die richtige Keyword-Strategie für Werbetreibende zu entwickeln. Auf Basis der Methode „User Centered Marketing Lifecycle (UCML)“ arbeitet das SEA-Team von The Reach Group kontinuierlich an der optimalen Performance für den Werbetreibenden.

„Unser Team trifft die Auswahl der Keywords mithilfe unserer unternehmenseigenen Software SEMSUITE Search Query Analyzer. Auf Basis von Audience Analysis werden die Kampagnen passgenau auf Käuferbedürfnisse hin entwickelt und optimiert.“

Evert Veldhuijzen

Die hausinterne Datenfeed-Technologie sichert während der Laufzeit die Aktualität der Kampagnen und Anzeigen. Neue Produkte aus dem Shop von

Werbetreibenden können in Echtzeit in die Kampagne integriert werden. Die SEMSUITE Monitoringtools von The Reach Group überwachen zu jedem Zeitpunkt Kampagnenbudget und Erreichbarkeit der Landingpages. Ist eine Zielseite nicht verfügbar, wird auch die zugehörige Anzeige umgehend pausiert. Wo sinnvoll, wird Bid-Management in Form des passendsten Tools, beispielsweise von Kenshoo, IntelliAd, Marin Software oder Refined Ads, eingesetzt.

Expertise International und vor Ort

Das Search & Social Team von The Reach Group umfasst Experten aus fast allen europäischen Ländern. Internationale Kampagnen werden immer durch Muttersprachler betreut. Ob regional in Deutschland oder international: The Reach Group unterstützt mit Account Audits bei Bedarf direkt vor Ort im Unternehmen, schult Mitarbeiter und federt personelle Engpässe mit dem Einsatz von Account Managern beim Werbetreibenden ab.

The Reach Group
Digital Performance

The Reach Group GmbH

F +49 30 223344 77

E info@reachgroup.com

W www.reachgroup.com

twitter.com/thereachgroup

www.facebook.com/thereachgroup



FACTSHEET SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO)

Intelligente Content-Strategien für Ihr Ranking

Suchmaschinenoptimierung ist der Schlüssel zu unentschlossenen potenziellen Kunden und damit das Rückgrat der Onlinemarketing-Strategie. Ein gutes Ranking bei den entscheidenden Suchbegriffen hat dabei nichts mit Glück, sondern viel mit strukturierter Arbeit zu tun. The Reach Group hat das Know-how und die Tools für die Top-Plätze in den Trefferlisten.

Suchmaschinen sind für den allergrößten Teil der Internetnutzer immer noch der wichtigste Zugang zur Online-Welt. Sie suchen mobil und stationär nach Informationen, Shopping-Gelegenheiten oder Unterhaltung. Suchmaschinenoptimierung (SEO) erreicht potenzielle Kunden vor allem in der sogenannten „Awareness Stage“, also wenn sie eigeninitiativ oder fremdmotiviert nach ersten Information zu einem Angebot suchen. Ein gutes Ranking bei den entscheidenden Suchbegriffen nimmt deshalb innerhalb der Onlinemarketing-Strategie eine zentrale Rolle ein.

Zielgruppen verstehen und erreichen

Für eine erfolgreiche SEO-Strategie ist das Wissen über die Bedürfnisse der Zielgruppe das wichtigste Erfolgskriterium und Voraussetzung dafür, optimale Inhalte erfolgreich anbieten zu können. Dafür gibt es keine Lösung von der Stange: Von Keyword-, Content- und Umgebungsanalyse bis hin zur Offpage-Optimierung sowie einer austarierten Wettbewerbsanalyse gilt es, das Angebot des Werbetreibenden technisch und inhaltlich perfekt aufzustellen.

Das richtige Konzept

The Reach Group bietet treffende Analysen, intelligentes Persona-Modelling, kreativen Content sowie technisches Know-how und zuverlässiges Projektmanagement für erfolgreiche SEO-Kampagnen. Auf Basis der Methode „User Centered Marketing Lifecycle (UCML)“ erarbeiten SEO-Berater userzentrierte Keyword- und Contentstrategien. Per intelligentem Persona-Modelling unterstützt The Reach Group dabei, Zielgruppen zu verstehen und Content exakt für deren Bedürfnisse zu erstellen. Durch gezieltes Seeding des Contents über vielfältige Kanäle von Social Media bis hin zu relevanten Blogs und anderen Multiplikatoren werden potentielle Interessenten und Kunden erreicht.

„Für erfolgreiches SEO sind technische und soziale Skills gleichermaßen gefragt. Denn um das Ranking positiv zu beeinflussen, schauen wir uns an, wo und wonach Menschen suchen, welches Informationsbedürfnis sie haben. Nur der Content, der den Suchenden wirklich weiterhilft, zählt positiv auf SEO ein.“

Jan Kutschera

Gemeinsam nach vorn

Vom Redakteur über den Techniker bis zum Produktmanager und zur PR-Agentur: The Reach Group bezieht Werbetreibende aktiv in die Kampagnenerstellung und -umsetzung mit ein. Praxisnahe Workshops geben dem Thema SEO in Unternehmen langfristig den nötigen Stellenwert und werden von kontinuierlichem Monitoring und Reporting aller wichtigen Kennzahlen zu Sichtbarkeit und Reichweite ergänzt. Schnelle Reaktion auf Updates der Suchmaschinenanbieter gehört für The Reach Group genauso zu guter SEO-Beratung wie die kontinuierliche Weiterentwicklung und Kreation von Content, der die Zielgruppe anspricht, bindet und überzeugt.

The Reach Group
Digital Performance

The Reach Group GmbH

F +49 30 223344 77

E info@reachgroup.com

W www.reachgroup.com

twitter.com/thereachgroup

www.facebook.com/thereachgroup



FACTSHEET SOCIAL MEDIA ADVERTISING

Traffic, Leads und Sales aus sozialen Netzwerken

Mit Social Media Advertising erreichen Werbetreibende junge Zielgruppen erreichen, wecken Sympathie wecken und generieren Aufmerksamkeit durch Humor. Die Kampagnen stärken die eigene Marke, sind hochpräzise aussteuerbar und profitieren von einer user-zentrierten Konzeption, die auf die Bedürfnisse der Konsumenten fokussiert. The Reach Group entwickelt Social-Media-Advertising-Kampagnen auf Basis der Methode „User Centered Marketing Lifecycle“ und holt so für Werbetreibende maximale Ergebnisse aus einer nahezu grenzenlosen Reichweite.

Markenaufbau – präzise ausgesteuert und maximal effizient

Soziale Netzwerke und Dienste wie Facebook und Twitter erlauben eine äußerst differenzierte Zielgruppenansprache, beispielsweise nach demografischen Merkmalen oder Interessen. Gleichzeitig bieten Social-Media-Plattformen eine umfassende Reichweite, zahlreiche Touchpoints sowie hohe Involvements der potenziellen Konsumenten. Von der Awareness über Consideration bis zur Conversion und Loyalty können gut ausgesteuerte Kampagnen deshalb den entscheidenden Handlungsimpuls geben. Das bringt maximale Effizienz bei Leadgewinnung, Abverkauf und Markenpflege.

Audience Analysis für Konzept und Inhalte

Die Spezialisten von The Reach Group übernehmen Konzeption, Planung und Umsetzung von Social-Media-Advertising-Kampagnen in allen relevanten sozialen Netzwerken. Dazu wird nach der Methode „User Centered Marketing Lifecycle (UCML)“ auf die Bedürfnisse der Konsumenten hin geplant und operiert. Auf Basis einer Audience Analysis können Merkmale der Konsumenten schon in der Konzeptphase bestimmt und passende Kampagneninhalte sowie die relevanten sozialen Netzwerke früh ermittelt werden.

„Soziale Netzwerke und Dienste, allen voran Facebook und Twitter, ermöglichen eine Nähe zur Zielgruppe wie kaum eine andere Marketingspielart. Gut ausgesteuerte Kampagnen triggern Engagement und sind deshalb zentraler und steter Begleiter für einen nachhaltigen Markenaufbau“

Simon Schier

Kurze Reaktionszeiten als Schlüssel

The Reach Group optimiert Kampagnen ständig und iterativ mit Fokus auf die gemeinsam vereinbarten Kennzahlen. Zuverlässiges Monitoring und transparentes Reporting gehören für The Reach Group ebenso zu professionellem

Social Media Advertising wie kurze Reaktionszeiten. Insbesondere zeitnahe Reaktionen auf aktuelle Ereignisse garantieren den Erfolg von Werbetreibenden in sozialen Netzwerken.

The Reach Group
Digital Performance

The Reach Group GmbH

F +49 30 223344 77

E info@reachgroup.com

W www.reachgroup.com

twitter.com/thereachgroup

www.facebook.com/thereachgroup
