



# FACTSHEET RETARGETING

## REMARKETING MIT USERZENTRIERUNG

Der Einsatz von Retargeting-Technologie im Performance Marketing erleichtert Ihnen die Wiederansprache von Interessenten. Klassischerweise werden dem User Produkte angezeigt, die er sich auf Ihrer Webseite angesehen hat. Unser userzentriertes Retargeting geht mit der Optimierung der Bedürfnisse der Kunden über den klassischen Ansatz hinaus. Durch den intelligenten Einsatz von Parametern wie Frequency Capping und Behavioral Targeting ist uns möglich für Sie Interessen abzuleiten, User zu segmentieren und an dem Punkt der Customer Journey abzuholen, an dem sie sich befinden. Dadurch können wir Ihre Werbeeindrücke optimieren und mit einer höchstmöglichen Relevanz schalten. Dem User wird so personalisierte Werbung angezeigt, die ihn wirklich interessiert. Für eine maximale Effizienz Ihrer Retargeting-Kampagnen greifen wir auf ein eigenes Performance Netzwerk zurück, in dem tausende hochwertige Webseiten aus ganz Europa ausgeliefert werden. Zudem haben Sie die Möglichkeit kanalübergreifend Display Advertising, Social-, Search-, E-Mail- sowie Mobile Reichweiten einzusetzen.



- **Crossmediale Optimierung:** kanalübergreifende datengetriebene Optimierung
- **Bündelung der Reichweiten:** Platzierung auf Top AGOF Seiten, Facebook Retargeting und Google Remarketing
- **Inhouse Technologie:** eigene Adservertechnologie mit tausenden klassifizierten Websites und eigenen Optimierungsalgorithmen
- **Userzentrierte Aussteuerung:** Betrachtung der gesamten Customer Journey und nicht nur des Shop Verhaltens
- **Höchste Sicherheit und Qualität:** Einhalten von Frequency Cappings, eigene Fraud Control und Visibility Tracking Technologien
- **Rundum-Service:** individuelle Erstellung hochwertiger Banner im CD, kontinuierliche Optimierung, Beratung und Kundenbetreuung

### Zusammenfassung:

User Centered Retargeting setzt genau dort an, wo datengetriebenes Online Marketing aktuell enormes, ungenutztes Potenzial für Werbetreibende bietet, indem es den Nutzer mit seinen Motivationen und Bedürfnissen in den Vordergrund stellt. So werden Interessenten zu Kunden und Kunden zu Fans. Durch eine konsequente KPI-Optimierung wird die Performance der Kampagne und der ROI gesteigert.



The Reach Group hat sich zum Ziel gesetzt, digitale Kommunikation effizienter und effektiver zu machen. Im Kern steht für uns dabei eine konsequente Zentrierung auf den Endkunden. Werbemaßnahmen werden dynamisch und personalisiert unter Berücksichtigung von aktuellen Datenschutzrichtlinien auf die Bedürfnisse des Konsumenten innerhalb seiner Customer Journey adressiert – vom ersten Kontakt mit einer Marke über den Kaufentscheidungsprozess bis zur langfristigen Markenbindung.