

THE REACH GROUP GMBH

DOKUMENTATION **USER CENTERED RETARGETING**

DEUTSCH



BEDÜRFNISSE IM BLICK

User Centered Retargeting von The Reach Group setzt dort an, wo datengetriebenes Onlinemarketing aktuell ungenutztes Potenzial für Werbetreibende bietet.

| | |
|--|--|
| ↳ Grundlage für User Centered Retargeting (UCRT) ist die intelligente Nutzung von Onsite und Offsite Daten. Diese ermöglichen es Involvements und Präferenzen der User abzuleiten, um so relevante Werbebotschaften zu produzieren. Die Daten werden im Rahmen der UCRT für die Werbemittelgestaltung, -Aussteuerung sowie den Mediaeinkauf genutzt. | Dynamisches Retargeting <ul style="list-style-type: none"> • Was hat sich der User angesehen? • Was hat der User gekauft? |
| | User Centered Retargeting <ul style="list-style-type: none"> • Wer ist der User? • Was hat er für Interessen? |

GANZHEITLICHER ANSATZ

Das User Centered Retargeting ist im Gegensatz zum klassischen dynamischen Retargeting keine standardisierte Lösung, denn es beachtet die individuellen Zielsetzungen der Werbetreibenden. Reichweiten Module werden im Sinne eines integrierten Marketings sukzessive und in Absprache erweitert.

↳ The Reach Group stellt jeder Retargeting-Kampagne eine fundierte Analyse und Konzeption voran, bei welcher die bestehenden Webseiten gründlich durchleuchtet werden. Aufbauend auf die jeweilige Analyse werden die Werbetreibenden eingehend beraten und zielführende Strategien sowie potenzielle Optimierungsmöglichkeiten erarbeitet, die immer auch angemessene Attributionslösungen umfassen.

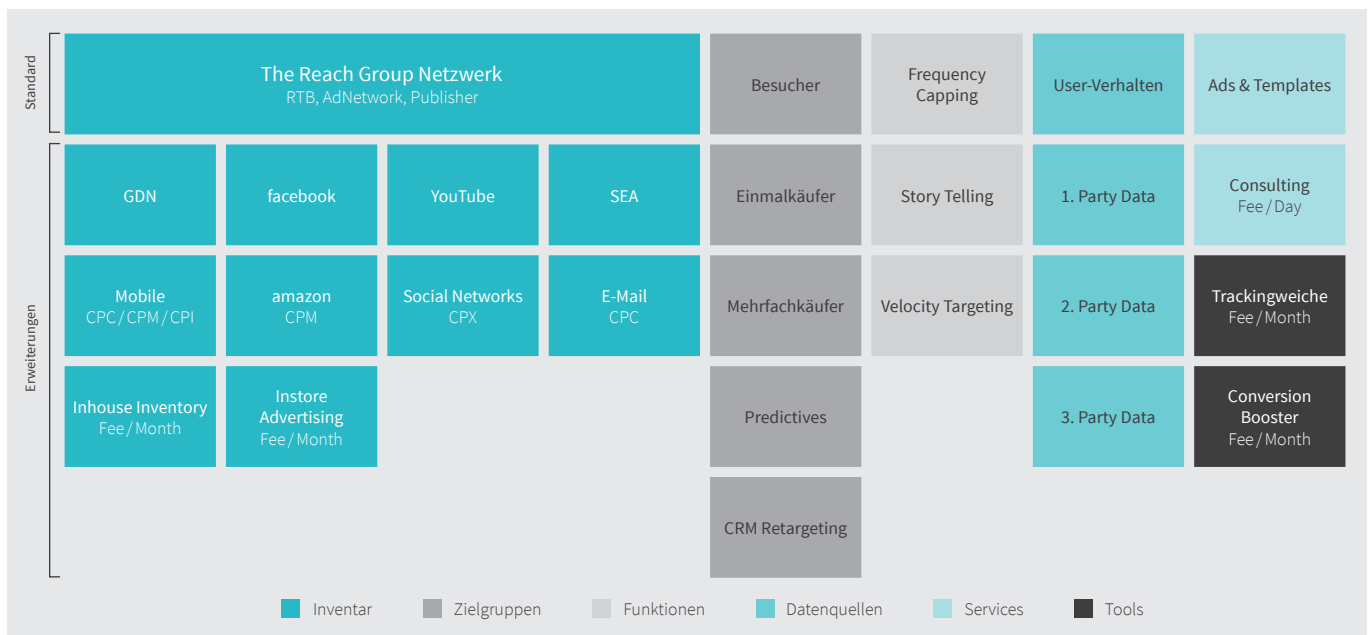


Abbildung 1: Module

TECHNISCHE INTEGRATION DES AUDIENCE TAGS

Mit Hilfe des Audience Tags von The Reach Group können werberelevante Informationen über den Nutzer gesammelt und dadurch die Bedürfnisse der Kunden in intelligente Werbebotschaften transferiert werden. Vorteil des Audience Tags ist, dass dieser nur einmalig in den jeweiligen Shop eingebaut werden muss. Spätere technische Anpassung werden von The Reach Group vorgenommen und bedürfen keiner weiteren Ressourcen auf Seiten des Webseitenbetreibers.

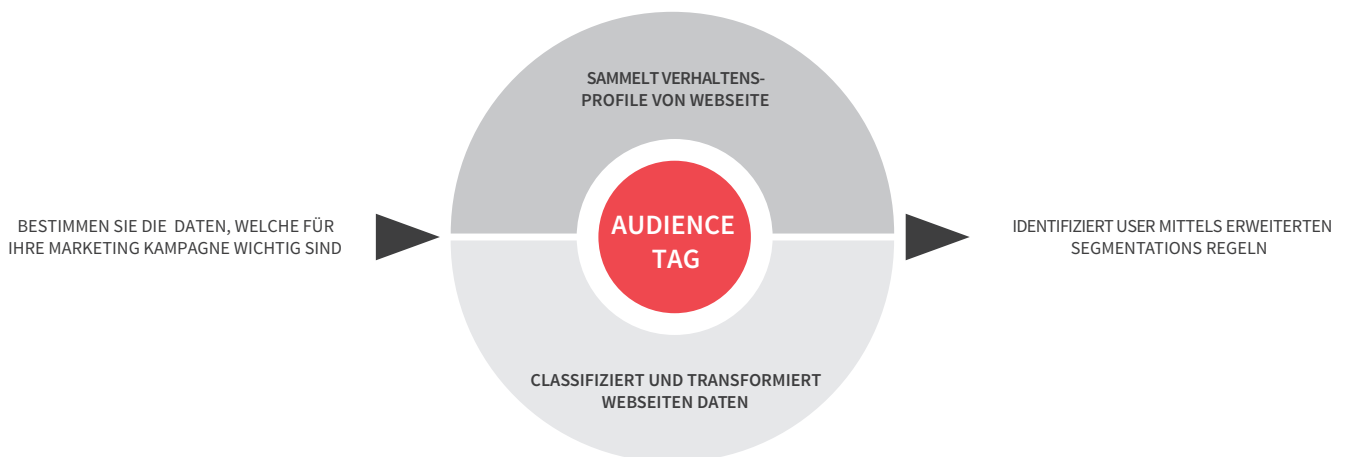


Abbildung 2: The Reach Group Audience Tag

ANLEITUNG EINBAU DES AUDIENCE TAGS

Die Integration des statischen Audience Tags erfolgt idealerweise im Basistemplate der Webseite.

Das Basistemplate verwaltet die allgemeinen Aufgaben einer Webseite: die Ausspielung des HTML Headers, Footers, der Style Sheets und der benötigten Script Includes. Innerhalb des Basistemplates findet zudem die technische und logische Aussteuerung der einzelnen Webseiteninhalte statt. Dort wird festgelegt, wie Inhalte auf Basis der URL und des URL Routing ausgespielt werden.

Auf Basis dieser Architektur lassen sich Scripte beziehungsweise Tags, die für die komplette Webseite gelten sollen, sehr leicht und zentral einbinden. Die Parameter auslesenden Funktionen laufen asynchron, sodass die Webseite durch diese nicht beeinträchtigt wird.

Hinweise zum Einbau des Audience Tags

- Der Code darf nicht verändert werden
- Der Code muss auf sämtlichen Seiten der Webseite eingebunden werden
- Der Code muss im Footer jeder Seite eingebaut werden
- Der Code muss direkt auf der Webseite und nicht über vorhandene Tag-Manager eingebaut werden

BEISPIEL AUDIENCE TAG

Im Folgenden finden Sie ein Beispiel Audience Tag:

```
<noscript> <iframe src="//marvin.deepthought.online/tm/a/container/noscript/<CLIENT_ID>.html"
height="0" width="0" style="display:none;visibility:hidden">
</iframe> </noscript>
<script> (function(n,e,o,r,y){
n[r]=n[r]||[]; n[r].push({event:'ntmInit','t':new Date().getTime()}); var f=e.getElementsByTagName(o)[0],s=e.createElement(o),d=r!='ntmData'? '&nt
mData='+r:''; s.async=true; s.src='http'+(document.location.protocol=='https:'?'s:':'')+
,://marvin.deepthought.online/tm/a/container/init/'+
y+'.js?' +d+'&rnd='+Math.floor(Math.random()*100000000); f.parentNode.insertBefore(s,f);
}) (
window,document,'script','ntmData','<CLIENT_ID>');
</script>
```

Die im Beispiel rot gekennzeichneten Elemente, werden von The Reach Group individuell vorbefüllt.

SET UP CHECK

Bevor The Reach Group den Audience Tag auf einer Webseite implementieren kann, werden folgende Informationen vom jeweiligen Webseitenbetreiber benötigt:

- Logos und CI-Farben zum Branding der Werbemittel
- CSV-Produkt-Feeds mit den Mindestinformationen Produkt-ID, Produkt-Kategorie inklusive Sub-Kategorie-Pfad, Produktbild-URL, Produktname, Preis, Produkt-Link)
- Optional eine Kategorienliste inklusive IDs bei der Nutzung von segmentiertem Retargeting