FACTSHEET PERFORMANCE DISPLAY

DATA DRIVEN DISPLAY ADVERTISING

In einer digital geprägten Welt ist Display Marketing für Sie als Werbetreibenden nicht nur ein zuverlässiger Leistungsbringer beim Erschließen neuer Nachfragepotenziale, sondern auch ein wesentlicher Faktor beim Aufbau der Markenbekanntheit. Userzentrierte Standard- und Native-Werbemittel bilden die Basis von Display-Kampagnen. Durch unsere innovative Tracking-Technologie, kontinuierliche Analysen von Behavioraldaten und userspezifischen Merkmalen können wir Ihre Werbekampagne zielgerichtet aussteuern. Das bedeutet, dass vor allem die User Ihre Werbebotschaft erhalten, bei denen ein Kaufabschluss statistisch am wahrscheinlichsten ist. In unserem zentral verwalteten Performance-Netzwerk schaffen wir somit für Sie ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Awareness und Response auf zielgruppenorientierten Mediaumfeldern. Bild-Text-Anzeigen in Kombination mit performancebasiertem Postview Tracking machen Conversions sichtbar und tragen so zur kontinuierlichen Verbesserung der relevanten KPIs bei. Für Sie transformieren wir klassisches Display Marketing zu einer neuen Disziplin im datengetriebenen Marketing: Performance Display.

- **Userzentrierte Werbung:** multidimensionale, datengetriebene Nutzeransprache entlang des gesamten Sales Funnels
- **Messbare Zielerreichung:** weniger Streuverluste und höhere Conversion Rate durch zieloptimiertes Targeting und Tracking
- **Premium-Reichweite:** tausende hochwertige Webseiten aus ganz Europa gebündelt in einem Performance Netzwerk
- **Positive Markenwahrnehmung:** freiwilliger Werbekonsum durch unaufdringliches Bild-Text-Format
- **Geringes Kostenrisiko:** Performancebasierte Abrechnungsmöglichkeit auf CPO, CPL, CPM, CPC oder Hybrid-Basis
- **Markensichere Aussteuerung:** Einhaltung sämtlicher EU/EG-Datenschutzrichtlinien sowie umfangreicher Brand-Safety-Maßnahmen

Zusammenfassung:

Userzentrierte Performance Display Kampagnen schaffen eine enorme Reichweite. Mit einem geringem Organisationsaufwand erreichen sie unterschiedliche Ziele: Steigerung von User Engagement und Markenbekanntheit, Erhöhung der Brand Awareness, Generierung von Leads und Conversions, Stärkung von Brand Trust und Customer Loyalty oder Lead- und Traffic-Generierung bei Verkaufsförderungen als ergänzende Maßnahme zu TV-, Print- und weiteren Onlinekampagnen.

UCML

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.