



# FACTSHEET PROGRAMMATIC ADVERTISING

## DATA DRIVEN MARKETING

Programmatic Advertising ist innerhalb des Realtime Advertising (RTA) Universums eine gute Möglichkeit eine 1:1-Beziehung zwischen Ihrer Werbung und dem adressierten User herzustellen. Denn Online Marketing Kampagnen sind nur dann erfolgreich, wenn sie den Verbraucher mit der richtigen Botschaft zur richtigen Zeit treffen. Dank unseres automatisierten Mediaeinkaufs sind wir in der Lage für Sie höchst selektive Zielgruppen in Echtzeit anzusprechen. Dabei greifen wir innerhalb der programmatischen Wertschöpfungskette auf die Möglichkeit zurück, 1st-Party-Daten wie Ihre CRM-Daten, anonymisierte 2nd-Party Daten von Kooperationspartner oder datenschutzrechtlich geprüften 3rd-Party-Providern zur Veredelung miteinander abzugleichen, um aus Big Data Relevant Data zu machen. Unsere Daten-Spezialisten übernehmen für Sie also nicht nur die Mediaplanung und den Einkauf, sondern schöpfen in Ihrem Auftrag neue Daten, sammeln, analysieren und segmentieren diese. Durch diesen Prozess können wir die cookiebasierte und die profilbasierte Welt besser miteinander verknüpfen. Dies gewährleisten wir Ihnen durch permanentes Controlling und detaillierte Steuerungsmöglichkeiten in Echtzeit.



- **Userzentrierte Werbung:** multidimensionale datengetriebene Nutzeransprache entlang des gesamten Sales Funnel
- **Kosteneffizient:** weniger Streuverluste durch zieloptimiertes Targeting und automatisierten Mediaeinkauf
- **Meta-DSP:** wir erreichen für Sie über 80% aller europäischen Internetnutzer
- **Markensichere Aussteuerung:** Einhaltung sämtlicher EU/EG-Datenschutzrichtlinien sowie umfangreicher Brand-Safety-Maßnahmen
- **Rundum-Service:** Ad-hoc-Datenanalysen, A/B-Tests, Kampagnen-Management, Reportings sowie individuelle Werbemittelerstellung
- **Umfangreiche Reportings:** volle Transparenz für optimale Bedingungen zur kontinuierlichen Optimierung von Kampagnenzielen

### Zusammenfassung:

Programmatic Advertising ermöglicht durch einen datengetriebenen Ansatz die Entwicklung von ganzheitlichen Mediaplanungs-, Einkaufs- und Produktstrategien. Dadurch kann in Echtzeit der richtige Verbraucher für Botschaften und Produkte gefunden werden. Diese können passend zur jeweiligen Nutzungssituation in den Bereichen Display, Mobile, Social und Video ausfindig gemacht werden. Hierbei steht weniger das Werbeumfeld im Fokus, sondern vielmehr die gezielte und effektive Ansprache der Zielgruppen und einzelner User. Für den Werbetreibenden bedeutet dies weniger Streuverluste dank eines dynamischen Mediabudgets zusammen mit smarten Datenlösungen und höheren Conversionrates.



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.