

Studienergebnis: 95 Prozent aller Marketing-Entscheider erwarten einen besseren ROI in der Online Werbung

[Coremetrics AdTarget™](#) hilft den ROI von Display Advertising durch Targeting zu erhöhen und ist ab sofort europaweit verfügbar

Hamburg, April 2010 – Eine aktuelle [Coremetrics](#) Studie¹ belegt: Nur 5 Prozent aller Online-Marketing-Entscheider sind mit dem ROI von Online Werbung völlig zufrieden. 95 Prozent wünschen sich demnach Lösungen zur Verbesserung des ROI. Coremetrics, einer der führenden Anbieter von Software für die Online-Marketingoptimierung, bietet ab sofort eine Lösung an: Die neue Online-Plattform Coremetrics AdTarget™ stellt Anbietern von Display Advertising aktuelle Daten zum Benutzerverhalten auf Websites zur Verfügung, die ein optimales Targeting ermöglichen. So können beispielsweise Kunden, die nach einer bestimmten Handtaschen-Marke suchen, passende Angebote als Werbung präsentiert werden – und das sogar während unterschiedlicher Internet-Sessions. Damit wird die Wahrscheinlichkeit, dass ein Website-Besucher die Seite erneut anklickt, deutlich erhöht.

Coremetrics bietet AdTarget europaweit an. Online-Vermarkter wie zum Beispiel ValueClick Media, Criteo, AudienceScience, Crimson Tangerine Ltd, ETarget und Struq sind bereits zertifizierte [Coremetrics Connect™](#) Partner; dadurch ist die reibungslose technische Integration für Coremetrics-Kunden sichergestellt.

Die Coremetrics Online-Werbungs-Lösungen beinhalten neben Coremetrics AdTarget auch die Anwendungen [Coremetrics Impression Attribution™](#) und [Coremetrics Search™](#) – Online-Marketer, die sich für diese Module entscheiden, verfügen damit über ein All-in-One-Paket, das sie bei der Optimierung ihres Suchmaschinen-, Display- und Social-Media-Marketings bestmöglich unterstützt. Mit Impression Attribution lässt sich der Wert von Digital Marketing-Maßnahmen bestimmen, die außerhalb der eigenen Webseite eingesetzt werden. Die Software wertet die Page Impressions von Off-Site-Werbung (z.B. Facebook-Fanpage, Werbebanner, Web-Videos, Mini-Sites etc.) aus und liefert wertvolle Einsichten für die Marketingplanung.

Coremetrics Search unterstützt PPC („Pay per Click“)-Kampagnen innerhalb der Suchmaschinen-Werbung (SEM). Automatisierungsfunktionen zur Budget-Steuerung für Keywords helfen, den Umsatz zu steigern und gleichzeitig die Betriebskosten für die ansonsten regelmäßig anfallende manuelle Pflege der Kampagnen zu senken.

¹Im Rahmen der Studie wurden insgesamt 300 Marketing-Entscheider aus mittelgroßen E-Commerce-Unternehmen in Deutschland, Frankreich und Großbritannien zu Online Werbung und Personalisierung im Marketing befragt.

Paul Sanderson, E-Commerce Traffic Manager bei Stylo PLC erläutert: „Während andere Unternehmen Kosten sparen, investieren wir in Innovationen. Coremetrics bietet uns dazu die richtigen Werkzeuge: Die Software-Lösungen zeigen uns nicht nur, wo Kampagnen besonders gute Ergebnisse erzielen, sondern vor allem auch, wo noch Optimierungspotenzial besteht. Mit AdTargets werden wir Kundenwünsche bald noch besser antizipieren, die Effizienz unserer Kampagnen maximieren und so den ROI erheblich steigern können.“

Coremetrics stellt seine Online-Marketing-Lösungen inklusive AdTarget weltweit auf mehreren [Roadshows](#) vor und demonstriert, wie erweiterte Marketing-Technologien und kontinuierliche Marketing-Optimierung zum Unternehmenserfolg beitragen.

Die europäischen Roadshows finden in den folgenden Städten statt:

- **München, Deutschland – 18. Mai 2010**
- **Frankfurt, Deutschland – 20. Mai 2010**
- **London, Großbritannien – 20. Mai 2010**
- **Hamburg, Deutschland – 25. Mai 2010**
- **Berlin, Deutschland – 1. Juni 2010**
- **Paris, Frankreich – 1. Juni 2010**

„Das traditionelle Gießkannenmodell, bei dem lediglich eine große Reichweite entscheidend war, hat ausgedient“, erläutert Roland Markowski, Geschäftsführer von Coremetrics. „Cleverere Unternehmen realisieren, dass der Werbemarkt hochdynamisch ist und dass Targeting für Display-Kampagnen zum absoluten Muss wird. Mit unseren Tools wollen wir dafür sorgen, dass die Online-Kampagnen unserer Kunden die größtmögliche Resonanz erreichen und die Bekanntheit ihrer Marken deutlich maximieren.“

Über die Studie

Die von Coremetrics in Auftrag gegebene repräsentative Studie von Vanson Bourne wurde im April 2010 in Deutschland, Frankreich und Großbritannien durchgeführt. Im Rahmen der Business-Studie wurden insgesamt 300 Marketing-Entscheider aus mittelgroßen E-Commerce-Unternehmen (ab 250 Mitarbeitern) in den Branchen Einzelhandel, Finanzdienstleistung, Touristik und Medien zu Online Werbung und Personalisierung im Marketing befragt.

Über Coremetrics

Coremetrics ist in der Online-Marketingoptimierung einer der führenden Anbieter und hilft Unternehmen weltweit, ihr Online-Marketing konsequent zu verbessern, um ihren Kunden immer und überall das richtige Angebot zu machen - und das automatisch. Über 2.100 Online-Marken optimieren heute mithilfe der Software as a Service (SaaS)-Lösung von Coremetrics ihr Online-Marketing. Die integrierten Marketingoptimierungslösungen von Coremetrics umfassen personalisierte Empfehlungen in Echtzeit, E-Mail-Targeting, zielgerichtete Anzeigenwerbung in führenden Werbenetzwerken und Gebotsmanagement für Suchmaschinen. Die Lösungen des Unternehmens werden über eine einzigartige Online-Analyseplattform bereitgestellt, die Kundenbedürfnisse vorhersagt, Marketingentscheidungen in Echtzeit automatisiert und Informationen in alle Online-Marketingkanäle integriert.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.coremetrics.de oder +49 (0) 40 32005 834.

Coremetrics unterstützt umfassenden Online-Datenschutz seit seiner Gründung. Weitere Informationen finden Sie unter <http://www.coremetrics.de/company/privacy.php>.

Für weitere Informationen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung:

Coremetrics GmbH
Roland Markowski
Fischertwiete 2
20095 Hamburg
Tel: +49 (0) 40 32005 834
Fax: +49 (0) 40 32005 200
E-Mail: deutschland@coremetrics.com

rheinfaktor – Agentur für Kommunikation GmbH
Christoph Magoley
Zollstockgürtel 57
50969 Köln
Tel: +49 (0) 221 88046 430
Fax: +49 (0) 221 88046 200
E-Mail: magoley@rheinfaktor.de

Belegexemplare erbeten. Abdruck honorarfrei.