

ValueClick auf der OMD 2007: Behavioral Targeting im Fokus

30.07.2007, 11:15 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *ValueClick Deutschland GmbH*
Presseagentur: *dot.communications GmbH*



ValueClick Logo

Unterhaching/München, 30. Juli 2007 - Am 25. und 26. September präsentiert sich ValueClick, das weltweit führende, unabhängige Online-Marketing-Unternehmen, auf der OMD in Düsseldorf. Auf insgesamt 80 Quadratmetern Standfläche stellt ValueClick Neues aus seinen vier Geschäftsbereichen ValueClick Media, Commission Junction, Mediaplex und PriceRunner.de vor und lädt ein zu persönlichen Gesprächen.

Behaviorial Targeting – Seifenblase, Zukunftsmusik oder Erfolgsgarant? ValueClick widmet sich auf der Messe ausführlich dem Thema Behaviorial Targeting. Das Unternehmen informiert über allgemeine Chancen und die tatsächlichen Einsatzmöglichkeiten von Behaviorial Targeting im ValueClick Netzwerk. Weiterhin präsentieren die ValueClick-Experten übergreifend die Produktpalette des Unternehmens und erklären, welcher Mix an Online-Marketing-Instrumenten am erfolgversprechendsten für das jeweilige Online-Business der Messebesucher ist.

Auf einen Blick: die Themenbereiche von ValueClick auf der OMD:

ValueClick Media zeigt dem User im Performance Network die Werbung, die ihn wirklich interessiert. Das Netzwerk für Bannerwerbung, das laut Comscore zu den weltweit größten gehört, präsentiert unter dem Motto „Lost and Found“, wie Zielgruppen mit Behaviorial Targeting optimal erreicht und präziser angesprochen werden können. Weitere Themen: neueste Reichweiten (ein Jahr Performance Network), erweiterte Optimierungsmöglichkeiten und Video-Ads.

Commission Junction, größtes globales Netzwerk für Affiliate Marketing, stellt zur OMD unter dem Arbeitstitel „Behaviorial Profiling“ ein neues Feature vor. Advertiser können damit spezielle Angebote abgestimmt auf User-Profile auf der Website präsentieren. CJ zeigt außerdem, wie man mit CJ Campaign erfolgreiche Leadkampagnen durchführen kann. Last but not least präsentiert CJ im Rahmen von Webservices neue API-Schnittstellen, die es Advertisern und Publishern ermöglichen, ihre Programme zu optimieren.

Bei Mediaplex, einem der führenden Anbieter von Ad- und Mailserver-Technologien, dreht sich unter dem Oberbegriff Cross-Channel-Management alles um die übergreifende Steuerung und Optimierung von Online-Marketing-Kampagnen. Weitere Highlights: User Retargeting, die Einspielung verschiedener Werbemittel hintereinander – abgestimmt auf die Reaktion des Users und Offsite Tracking, ein neues Feature des MOJO Adservers, das Marketing-Controlling für off- und online Kampagnen möglich macht.

Über das Thema integrierter Produkt- und Preisvergleich informiert PriceRunner.de mit seinen anpassungsfähigen White-

Label-Lösungen und Produkt-Feeds in etlichen Kategorien, wie z.B. in aktueller Kooperation mit Golem. Zur OMD launcht PriceRunner.de neu die Kategorie Travel. Auch auf der diesjährigen OMD gibt es die Publisher Solution Area auf dem ValueClick-Messestand. Hier werden interessierte Websitebetreiber, die ihren Traffic monetarisieren und ihre Werbepplätze besser auslasten möchten, individuell beraten.

Traditionell wird am ersten Messeabend am ValueClick-Messestand mit Caipis gefeiert. Vertreter der Presse sind herzlich willkommen.

ValueClick auf der OMD 2007 in Düsseldorf

25. – 26.09.2007

Halle 10 Stand A26

Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

Portrait

Über ValueClick:

ValueClick (www.valueclick.de) ist einer der führenden Anbieter von internetbasierten Marketing- und Technologielösungen, der es Werbetreibenden, Agenturen und Websitebetreibern ermöglicht, Konsumenten in allen wichtigen Online-Marketingkanälen zu erreichen. Zu den Geschäftsbereichen von ValueClick gehören:

ValueClick Media (www.valueclick-media.de): ValueClick Media zählt zu den größten unabhängigen Online-Vermarktern in Deutschland und bietet seinen Kunden reichweitenstarke und zielgruppenaffine Umfelder. Das Angebot besteht aus individuell abgestimmte Platzierungen und Preismodellen sowie Lösungen in den Bereichen Brand Network, Performance Network und Mobile Network.

Commission Junction (www.commissionjunction.de) bietet Marketing- und Technologielösungen zur Steigerung der Online-Leads und -Verkäufe. Sie ermöglichen den Aufbau strategischer Online-Beziehungen zwischen Werbetreibenden und Websitebetreibern. Commission Junction verfügt als erster Anbieter weltweit über die umfangreichste Erfahrung im Bereich des Affiliate Marketing und nutzt dieses Know-how, um für seine Kunden mit speziellen Instrumenten messbare Erfolge zu erzielen.

Mediaplex (www.mediaplex.com/de) bietet Ad-serving-Technologien und -Dienstleistungen für Werbetreibende und Agenturen zur Auslieferung, Verwaltung und Optimierung ihrer Online-Anzeigen- und Email-Kampagnen.

PriceRunner (www.pricerunner.de) ist ein internationales und in Europa führendes Portal für Preis- und Produktvergleiche.

News-ID: 149051 • Views: 1601 (Stand: 26.04.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/149051/ValueClick-auf-der-OMD-2007-Behaviorial-Targeting-im-Fokus.html>