

dmexco 2012: intelliAd präsentiert eigenes Attributions-Modell

10.09.2012, 12:27 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *intelliAd Media GmbH*

Presseagentur: *Agentur Frau Wenk+++*



intelliAd stellt auf der dmexco sein Attributions-Modell vor

Seminare zu Attributions-Modellen und Tracking mit Container-Tags / Neues Facebook-Tool / Standparty am ersten Messttag

München, 10. September 2012 – Multichannel-Tracking und Customer-Journey-Analysen sind für den Technologieanbieter intelliAd Media (www.intelliAd.de) 2012 die zentralen Themen. Unternehmen, die ihre Produkte über verschiedene Kanäle vertreiben, müssen die Stärken und Schwächen aller Maßnahmen in der User Journey analysieren. Nur so können sie ihr Budget effizient einsetzen und konkurrenzfähig bleiben. Daher geht es am Messestand von intelliAd vor allem um Tools, die Unternehmen bei einer leistungsgerechten Verteilung des Online-Marketing-Budgets unterstützen. Dazu stellt das Münchener Technologieunternehmen in Köln sein eigenes Attributions-Modell vor, dessen Algorithmus in einem einjährigen Forschungsprojekt mit der TU München entwickelt wurde. Losgelöst vom „Last-Cookie-wins“-Prinzip wird auf Basis zahlreicher Faktoren das optimale Zuordnungsmodell für den jeweiligen Werbungtreibenden berechnet. Auf dieser Basis können einzelne Werbekanäle gemäß ihrer tatsächlichen Leistung bewertet und ausgesteuert werden.

Neuheit: Facebook-Tool zur Optimierung von Facebook Ads

Eine optimale Budgetallokation kann am besten mithilfe eines automatischen Bid-Managements erfolgen, welches intelliAd nicht nur für Suchmaschinenkampagnen, sondern auch für Facebook Ads anbietet. Neben dem Gebotsmanagement können Werbekunden bei intelliAd künftig auch den Ad Creator nutzen, um Facebook Anzeigen granular erstellen zu lassen.

Zwei Seminare zu Attributions-Modellen und Tracking mit Container-Tags

In zwei für die Fachbesucher frei zugänglichen Seminaren auf der dmexco geben die beiden Gründer von intelliAd ihr Wissen rund um das Thema Customer-Journey-Analyse weiter: Der COO Mischa Rürup nimmt am 13. September an einer Podiumsdiskussion zum Thema „Vor- und Nachteile von Container-Tags“ teil (13.09.2012, 11:00–11:45, Raum 4). Am Nachmittag referiert CTO Tobias Kiessling in seinem Vortrag zum Thema „Alle reden von Attributions-Modellen – doch wie geht das wirklich? Tipps, Tricks & Tiefenanalysen zum richtigen Einsatz“ (13.09.2012, 14:00–14:45, Raum 2).

Am Messestand von intelliAd in Halle 8, Stand D011/E018, können sich Messebesucher über die gesamte intelliAd Produktsuite informieren und weitere Neuheiten wie das weiterentwickelte Produktlistentool für E-Shops kennenlernen.

Portrait

Über intelliAd:

Das neutrale Technologieunternehmen intelliAd bietet eine integrierte Plattform für Tracking und 360-Grad-Optimierung aller Online-Marketingaktivitäten. Mit dem intelliAd Multichannel-Tracking kann die Leistung der Kanäle SEA, SEO, Social-Media, Display, Direct-Traffic, Preissuchmaschinen, Newsletter, Affiliate-Marketing, Telefon und TV gemessen und die Customer-Journey kanalübergreifend ausgewertet werden. In Kombination mit dem leistungsstarken Bid-Management können Agenturen und Werbungtreibende die Performance ihrer Online-Kampagnen nachhaltig steigern und ihr gesamtes Werbebudget effizient einsetzen. Namhafte Unternehmen wie Air Berlin, Immonet, O2, weg.de, Medion, ad agents, pilot, iProspect, Zieltraffic, plan.net und explido vertrauen auf intelliAd. Seit Juli 2012 ist intelliAd ein Unternehmen von Deutsche Post DHL. www.inteliad.de

News-ID: 661833 • Views: 95 (Stand: 01.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/661833/dmexco-2012-intelliAd-praesentiert-eigenes-Attributions-Modell.html>