

10-Punkte-Checkliste für ein erfolgreiches Kampagnentracking

07.07.2014, 18:52 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *intelliAd Media GmbH*

Presseagentur: *Agentur Frau Wenk +++ e.K.*



intelliAd Media gibt 10 Tipps für erfolgreiches Kampagnentracking

München, 7. Juli 2014 - Werbungtreibende setzen zunehmend auf die kanalübergreifende Messung ihrer Online-Werbekampagnen. Mit dieser können sie den User vom ersten Werbekontakt bis zur abschließenden Conversion verfolgen und den Beitrag jedes Kanals nachvollziehen. Das Ergebnis ist eine effizientere Verteilung des Werbebudgets und dadurch eine bessere Kampagnen-Performance.

"Damit eine Kampagne richtig gemessen werden kann, müssen noch vor Kampagnenbeginn die richtigen Weichen gestellt werden", erklärt Mischa Rürup, COO bei dem neutralen Technologieanbieter intelliAd (www.intelliad.de). "Ist das Tracking fehlerhaft eingerichtet, wirken sich falsche Schlussfolgerungen in der Attribution rasch negativ auf die Ergebnisse aus."

Rürup gibt Werbungtreibenden eine Checkliste mit einigen Fragen an die Hand, die sie sich vor dem Start einer Online-Kampagne stellen sollten. Eine ausführliche 10-Punkte-Checkliste steht im intelliAd-Blog kostenlos zum Download zur Verfügung:

http://www.intelliad.de/files/download/2014_intelliad_checkliste_online_werbekampagne.pdf

1. Befinden sich Onsite-Pixel auf allen Seiten des Shops und werden diese auch wirklich geladen?
2. Liegen die Ladezeiten im akzeptablen Bereich? Ladezeiten im dreistelligen Millisekunden-Bereich sind in Ordnung. Fällt ein Pixel mit vierstelligen oder höheren Ladezeiten auf, sollten die Pixel entweder asynchron geladen oder im Zweifel von der Webseite entfernt werden.
3. Werden die für die Website wichtigen Events als Conversion getrackt beziehungsweise ist dort ein Conversion-Pixel implementiert?
4. Sind die an die Trackinganbieter übergebenen Werte hinsichtlich des Datenschutzes erlaubt? So können Order-ID, Produkt-IDs und Neu- oder Bestandskunde bedenkenlos übermittelt werden. Personenbezogene Daten wie Name und Adresse dürfen hingegen nicht über die Tracking-Pixel übergeben werden.
5. Werden die nicht direkt eingebauten Pixel weiterer gewünschter Trackinganbieter mit ausgespielt, beispielsweise über Containertags?

Portrait

Über intelliAd:

intelliAd bietet Agenturen und Werbekunden eine Performance Marketing Plattform, mit der Advertiser ihre Online- und Offline-Kampagnen einschließlich TV und Telefon messen, verstehen und optimieren können. Mit dem intelliAd Multichannel-Tracking können Unternehmen die Customer-Journey analysieren. Die umfangreiche Datenbasis aus dem Tracking fließt unmittelbar in die Gebotsoptimierung des Bid-Managements für Search, Display und Facebook ein. Das intelliAd Bid-Management for Display optimiert die Auslieferung von Werbemitteln im RTB. So kann das Marketing Werbung aus Sicht des Users planen. Namhafte Unternehmen wie Immonet, O2, weg.de, Medion, Sportscheck, ad agents, pilot, iProspect, plan.net und explido vertrauen auf intelliAd. Seit Juli 2012 ist intelliAd ein Unternehmen von Deutsche Post DHL. www.intelliad.de

News-ID: 804464 • Views: 184 (Stand: 02.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/804464/10-Punkte-Checkliste-fuer-ein-erfolgreiches-Kampagnentracking.html>