

YieldKit launched eigene DMP, die auf Kaufabsichtsdaten spezialisiert ist

28.09.2016, 15:18 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *YieldKit*

Presseagentur: *Text & Redaktion*

Hamburg, September 2016. YieldKit, der führende Performance Marketing Aggregator im deutschsprachigen Raum, bringt mit YieldInsights ein neues Produkt auf den Markt: Eine eigens konstruierte Data Management Platform, kurz DMP, ermöglicht es Publishern, mehr als 170.000 Kaufabsichtsmerkmale aus ihren Audience Daten zu generieren und tagesaktuell aufzubereiten. „Das ist in der Branche ziemlich einzigartig“, erklärt YieldKit-Gründer und CEO Oliver Krohne. „Mithilfe von YieldInsights können Werbeaktionen und Anzeigen noch zielgenauer geschaltet werden – je nach Produktinteresse und Kaufabsicht der User.“

Eine wichtige Rolle spielt dabei der Insights Explorer, der die Daten visuell aufbereitet und übersichtlich darstellt, welche Themen bei den Usern am beliebtesten sind und welche Produkte den höchsten Ertrag versprechen. Der Publisher kann damit jede gewünschte Segmentierung der Kundendaten vornehmen: So kann sortiert werden, ob Nutzer an einem Produkt oder einer Produktgruppe interessiert sind, ob bereits ein spezielles Kaufinteresse besteht und ob das Produkt bereits erworben wurde. Standardsegmente von A wie Auto über Beauty, Elektronik, Fashion und Reise bis hin zu Home & Garden können je nach Wunsch weiter unterteilt werden: Im Autobereich könnte beispielsweise nach Automarken (BMW, Audi, Ford ...) sortiert werden, nach Typen (Coupé, SUV ...), Autoteilen (Öl, Reifen ...) oder nach anderen, vom Publisher gewünschten Merkmalen. Die gewünschten Daten werden dann für den Publisher segmentiert und an die DSP, SSP oder den Ad Server übergeben.

YieldInsights einzuführen, macht darüber hinaus keine Arbeit: „Man kann sofort starten, es gibt keine großen Onboarding-Prozeduren und keinen Entwicklungsaufwand“, erklärt Oliver Krohne. „Der Service ist ready to go!“

Portrait

Die YieldKit GmbH ist der führende Performance Marketing Aggregator im deutschsprachigen Raum und bündelt in über 160 Staaten Performance-Marketing-Services für Advertiser und Publisher. 80 Millionen Internetnutzer kaufen jeden Monat über YieldKit ein – in den ersten beiden Quartalen 2016 waren das Waren und Produkte für mehr als 250 Millionen Euro. Allein 52 Millionen User sieht YieldKit jeden Monat in Deutschland. YieldKit arbeitet mit über 60 Performance-Netzwerken zusammen und hat Zugriff auf mehr als 45.000 aktive Advertiser Programme.

<https://www.openpr.de/news/920490/YieldKit-launched-eigene-DMP-die-auf-Kaufabsichtsdaten-spezialisiert-ist.html>