

GRANULARITY AT SCALE










Plädoyer für mehr Granularität

Adtrader Conference 2017



eComCon
iq driven media + consulting

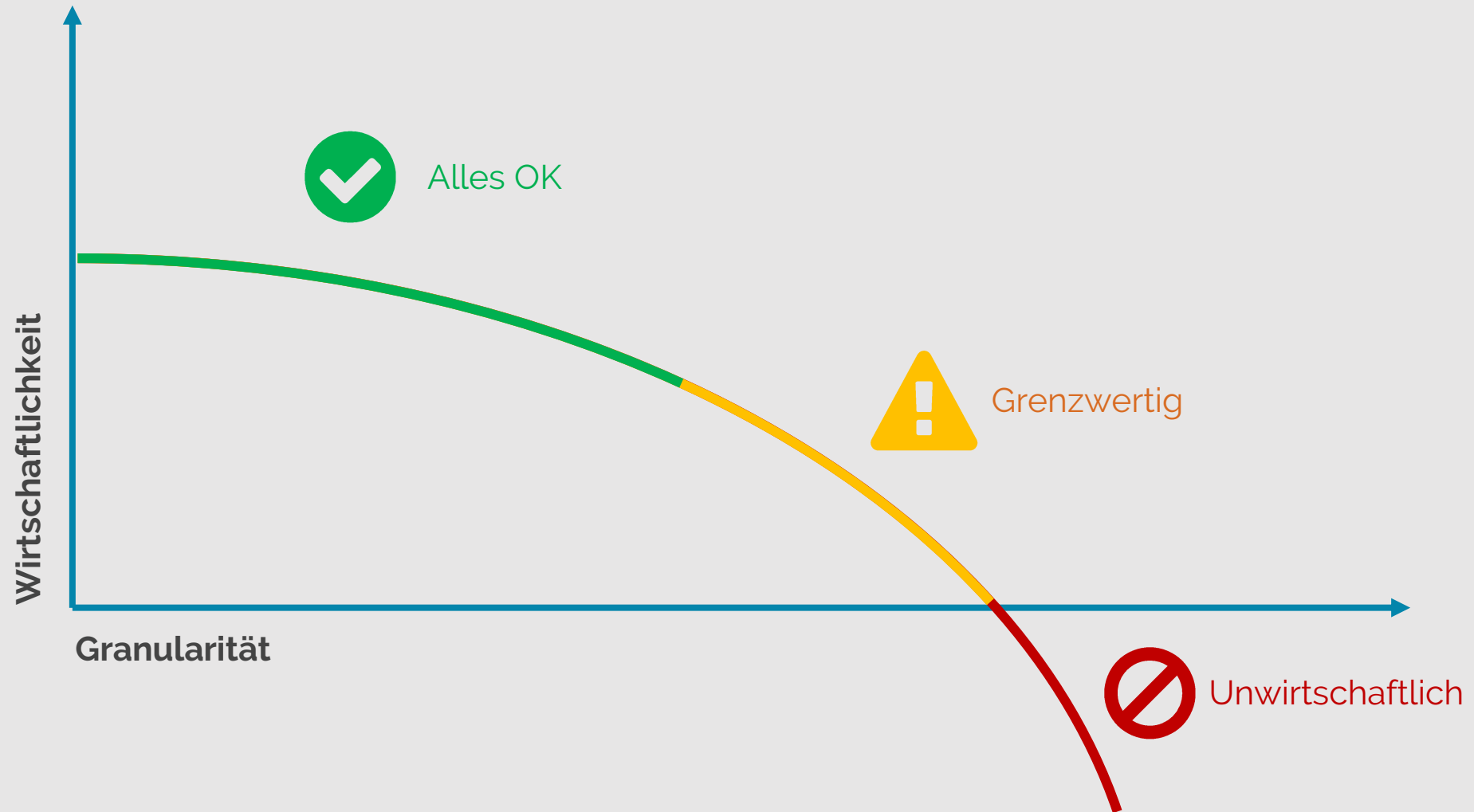
POTENZIAL FÜR GRANULARITÄT

	User Milliarden		Contexte (Semantik) Tausende		1st Party / CRM-Daten Individuell pro Advertiser
	Inventare Millionen		Brand Safety Hunderte		Gebotspreise Hunderte
	Audiences (Interessen) Hunderttausende		Technische Targetings Hunderte		Werbebotschaft Individuell pro User

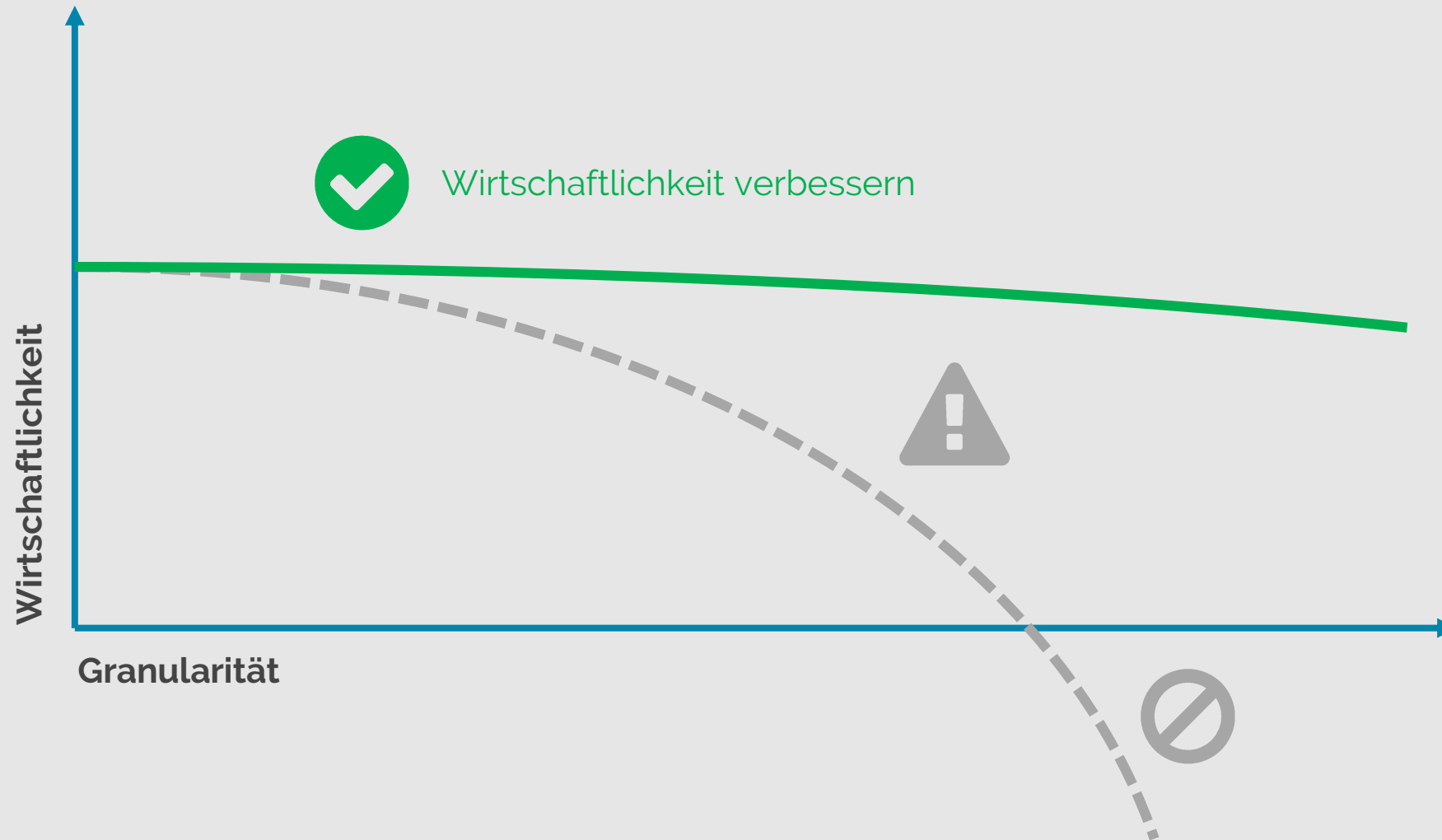


„Micro Moment“
als Idealvorstellung

HERAUSFORDERUNG

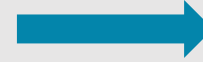
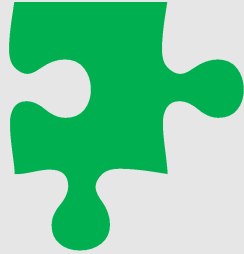


LÖSUNGSANSATZ



FEHLENDES PUZZLETEIL

Programmatischer Einkauf
Algorithmen-getrieben



Programmatische Creatives
Algorithmen-getrieben



Programmatisches Management
kaum vorhanden / stark manuell



Programmatic Management Framework

- Planung
- Setup
- Steuerung & Optimierung



ANWENDUNGSFÄLLE

MEISTER-Bodenbeläge online kaufen
Markenboden.de

Kompetente Beratung bei Ihrem
Fachhändler: D. + H. Müller in Gifhorn

ZUM GUTSCHEIN

MEISTER

MEISTER-Bodenbeläge online kaufen
Markenboden.de

Kompetente Beratung bei Ihrem
Fachhändler: Fritz Kummer Holzhandlung in
Dortmund

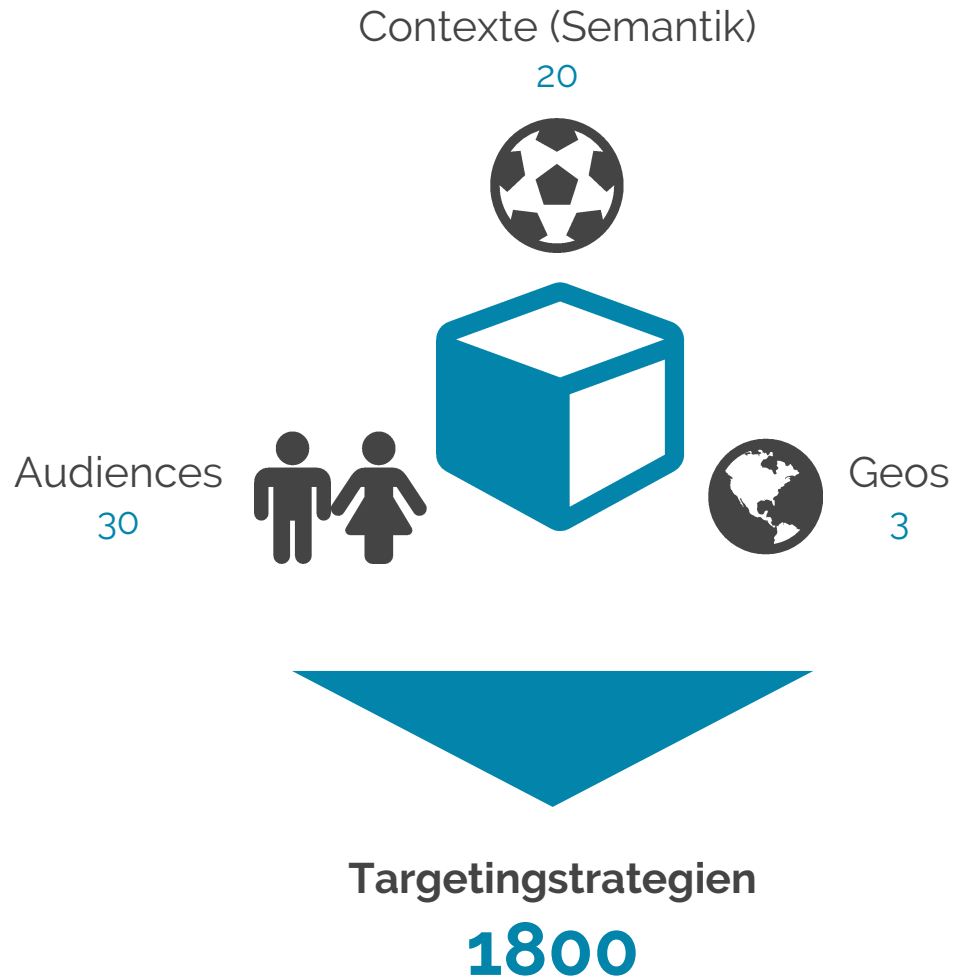
ZUM GUTSCHEIN

MEISTER

Händlerkampagnen

- für Brands/Franchises mit Hunderten oder Tausenden Niederlassungen
- Händler-spezifische Kampagnenbudgets
- Händler-spezifischen Dynamischen Creatives
- Vollständiges granulares Targeting-Set pro Händler

ANWENDUNGSFÄLLE

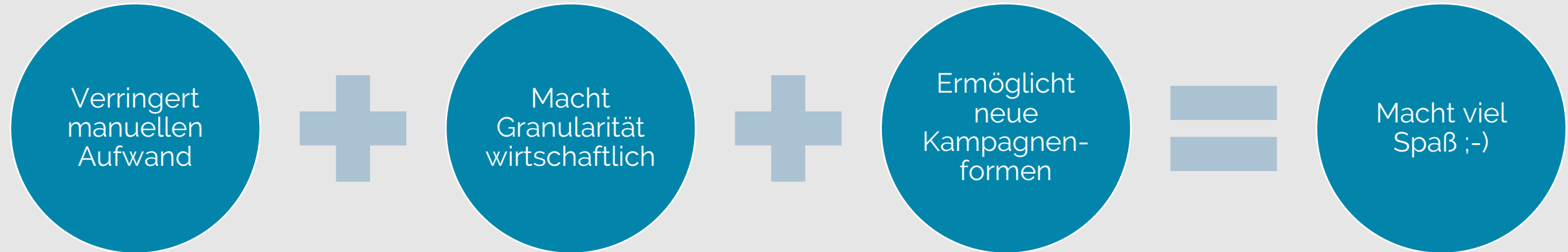


Tief-granulare Prospecting-Kampagnen

- Bildung von Permutationen aller sinnvollen Targetings (z.B. Audiences x Contexte x Geos)
- Kürzere Optimierungszyklen, weil Performancetreiber sofort sichtbar sind
- Auch ausgefallenerere Kundenwünsche wirtschaftlich erfüllbar
- Selbst kleinere Budgets „machen Spaß“

NUTZEN WIR DAS POTENZIAL!

Mehr Granularität durch Programmatisches Management:



Vielen Dank für Euer Interesse.

Christian Ratsch | Gründer & Geschäftsführer | c.ratsch@ecomcon.de