

KUPONA launcht E-Commerce Profiltargeting: Werbung nur bei realem Kaufinteresse

Echte Daten statt klassischer Zielgruppen-Cluster / Markengerechte Werbeschaltungen auf AGOF-Seiten

Fulda, 18. Dezember 2014 – Zielgruppe war gestern! Werbung nur für User mit tatsächlichem Kaufinteresse bietet ab sofort die neue Targeting-Option von [KUPONA](#). Mit E-Commerce Profiltargeting nutzen Werbungtreibende User-Daten aus Online-Shops, um ihre Display-Kampagnen auszusteuern. Dafür stellen Shops und Preisvergleichsseiten dem KUPONA Werbenetzwerk anonyme User-Profildaten zur Verfügung: Der Shop markiert einen User, wenn er sich über ein Produkt informiert. Mit dieser Information steuert KUPONA dann Display-Kampagnen von Herstellern und Marken auf hochwertigen AGOF-Umfeldern aus. Statt ihre Werbekampagnen an die tradierten Zielgruppen auszuliefern, können Unternehmen nun zielgerichtet User mit realem Kaufinteresse ansprechen. KUPONA stellt sicher, dass die Aussteuerung der Kampagnen mit E-Commerce Profiltargeting transparent, datensicher und markengerecht ist.

Im Sommer 2014 wurde bekannt, dass Amazon neben den eigenen Werbeflächen im Shop auch die Vermarktung auf externen Webseiten anbieten wird. Die Erfolgsaussichten der Amazon Advertising Platform (AAP) sind vielversprechend, denn Online-Shops haben einen entscheidenden Vorteil gegenüber allen anderen Playern im Werbemarkt: Alles, was Shops über ihre Kunden erfahren, ist real. Nur der Online-Händler weiß, was wann tatsächlich gekauft wurde und welches Kaufinteresse der User aktuell verfolgt. Dafür ist es nicht nötig, Annahmen anhand von Zielgruppen, Interessen, Surfverhalten oder Ähnlichem heranzuziehen, um dem User ein Kaufinteresse zu unterstellen – Einkaufskorb, Wunschzettel und betrachtete Produktseiten liefern alle notwendigen Informationen.

Das Wissen um reale Kaufinteressen ist ein hohes Gut im Werbemarkt und ist nicht nur Branchengrößen wie Amazon vorbehalten. Online-Händler, die nicht über die Mittel und Marktmacht verfügen, um eine eigene Plattform zu etablieren, können sich neutralen Werbenetzwerken wie dem von KUPONA anschließen. Das Netzwerk aus derzeit über 880 Online-Shops allein in Deutschland markiert User in einer Vielzahl von Shops. Werbungtreibende erzielen durch die Bündelung relevante Reichweite. Auch die Shops profitieren, denn sie müssen sich als Profildaten-Provider nicht mit allen potenziellen Werbepartnern individuelle Vereinbarungen treffen. KUPONA markiert User anonym und ohne Personenbezug. Möchten Werbungtreibende die Daten für Online-Kampagnen nutzen, tritt KUPONA an den Profildaten-Provider heran und bittet um Erlaubnis zur Datennutzung. „Wir arbeiten mit größtmöglicher Transparenz für Werbungtreibende und Profildaten-Provider. Unsere Online-Shops müssen jede einzelne Kampagne freigeben, die auf ihre Profile ausgesteuert wird. Die Hoheit über die Datennutzung bleibt immer beim Händler“, erklärt [Melanie Vogelbacher](#), die als Director Data Driven Advertising verantwortlich für den Geschäftsbereich E-Commerce Profiltargeting ist.

Geschaltet werden die auf Kaufinteressen ausgerichteten Kampagnen ausschließlich in hochwertigen AGOF-Umfeldern, die dem Werbungtreibenden Markenschutz gewährleisten. Das Linkziel der Kampagnen führt in 90 Prozent der Fälle auf die Produkte des Herstellers im Online-Shop des Profildaten-Providers. „Bei den meisten Kampagnen haben wir ein symbiotisches Verhältnis zwischen dem Werbungtreibenden und dem Profildaten-Provider, wie zum Beispiel bei Online-Händlern und ihren Lieferanten“, stellt Vogelbacher fest. Der werbungtreibende Hersteller nutzt die Profildaten des Online-Shops um die Kaufentscheidung zu Gunsten seiner Marke zu beeinflussen. Beim Klick auf das Werbemittel landet der User dann wieder im Shop, in dem er mit seinem Kaufinteresse markiert wurde. Dann aber beim zu bewerbenden Sortiment des Herstellers.

Über KUPONA:

KUPONA ist ein Spezialdienstleister für Verkaufsförderung im E-Commerce. Das Unternehmen verfügt über mehr als zehn Jahre Erfahrung im transaktionsorientierten Online-Marketing. Mit dem KUPONA E-Commerce Profiltargeting können Hersteller und Marken mit ihrer Werbung gezielt User mit realen Kaufinteressen unabhängig von ihrer Zielgruppenzugehörigkeit ansprechen. Die auf Basis von Profildaten Dritter (Third-Party-Data) ausgelieferten Display-Kampagnen werden ausschließlich in hochwertigen AGOF-Umfeldern platziert. KUPONA agiert dabei als neutraler Dienstleister zwischen Publishern, Werbungtreibenden und Profildaten-Providern, wie Online-Shops und Preisvergleichsportalen. Das Unternehmen garantiert allen Beteiligten höchste Transparenz über die Herkunft und den Einsatz der Profildaten. Expertise erwarb das Unternehmen, das seit 2006 ausschließlich auf Display-Media spezialisiert ist, unter anderem als Retargeting-Dienstleister für über 880 Online-Shops in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Das 2004 gegründete Unternehmen ist edaa zertifiziert und beschäftigt derzeit 30 Mitarbeiter am Hauptsitz in Fulda sowie den Standorten Frankfurt und München. Namhafte Brands und E-Commerce-Unternehmen wie Galeria Kaufhof, Congstar, getmobile, Karstadt und Marc O' Polo setzen auf die Performance-Expertise und den Service von KUPONA. www.kupona.de

Weitere Informationen:

<http://www.kupona.de/leistungen/ecommerce-profiltargeting>

Pressefoto Melanie Vogelbacher, Director Data Driven Advertising bei KUPONA:

www.frauwenk.de/mediaserver/Kupona/KUPONA_melanie_vogelbacher.jpg

www.kupona.de

<https://de-de.facebook.com/KUPONA.de>

Pressekontakt:

Agentur Frau Wenk+++ e.K.

Susanne Hohenschuh

Tel: 040 32 90 47 38 - 14

E-Mail: kupona@frauwenk.de