



# "AdView Reloaded"

Intelligentes AdView-Management  
& ROI Optimierung

# Online Marketing im Wachstum



Offline ist off

Social Media

**Wachstum**

Kaufverhalten

Warenkorb



# Wie wachse ich mit dem Wachstum?



Komplexität

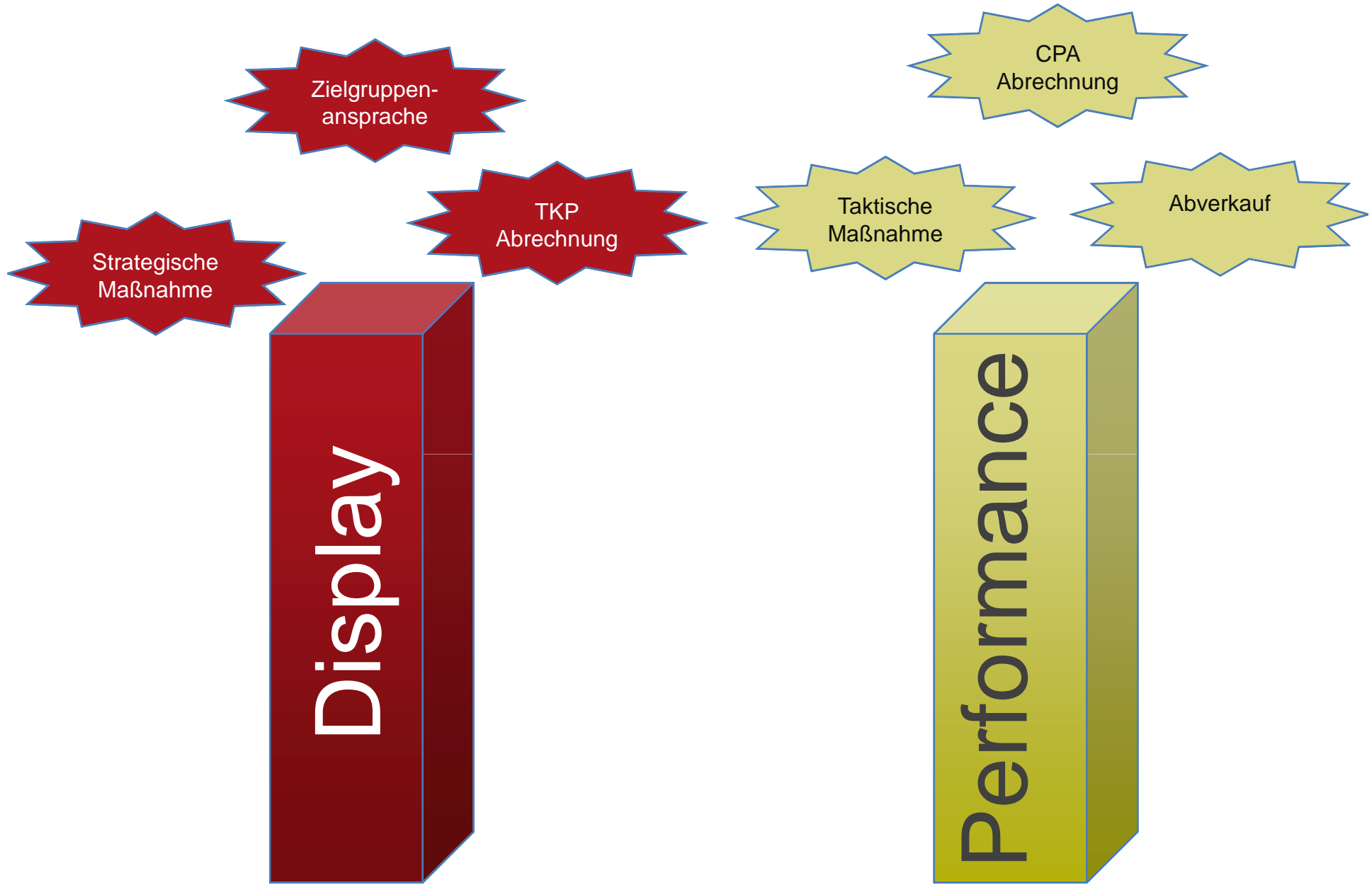
Fragmentierung

**Wachstum managen**

Werbedruck

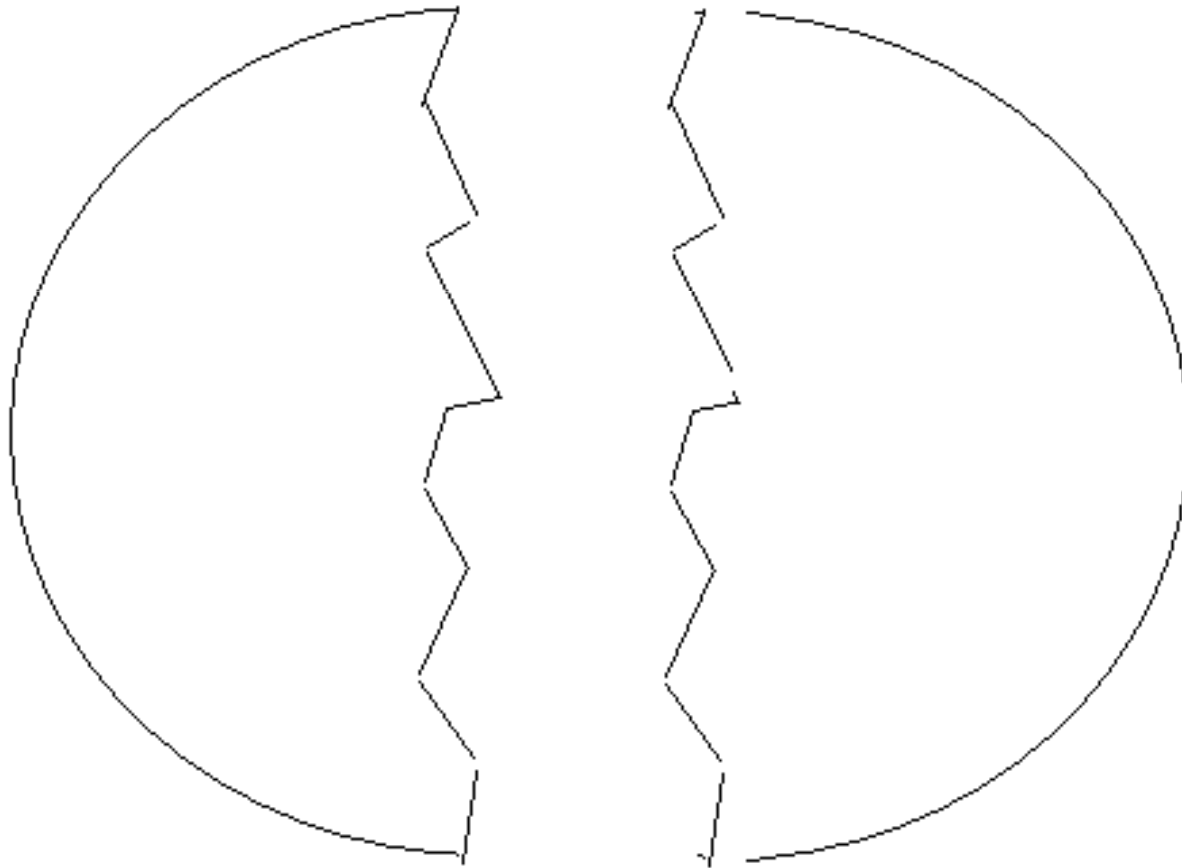
Vermarktung



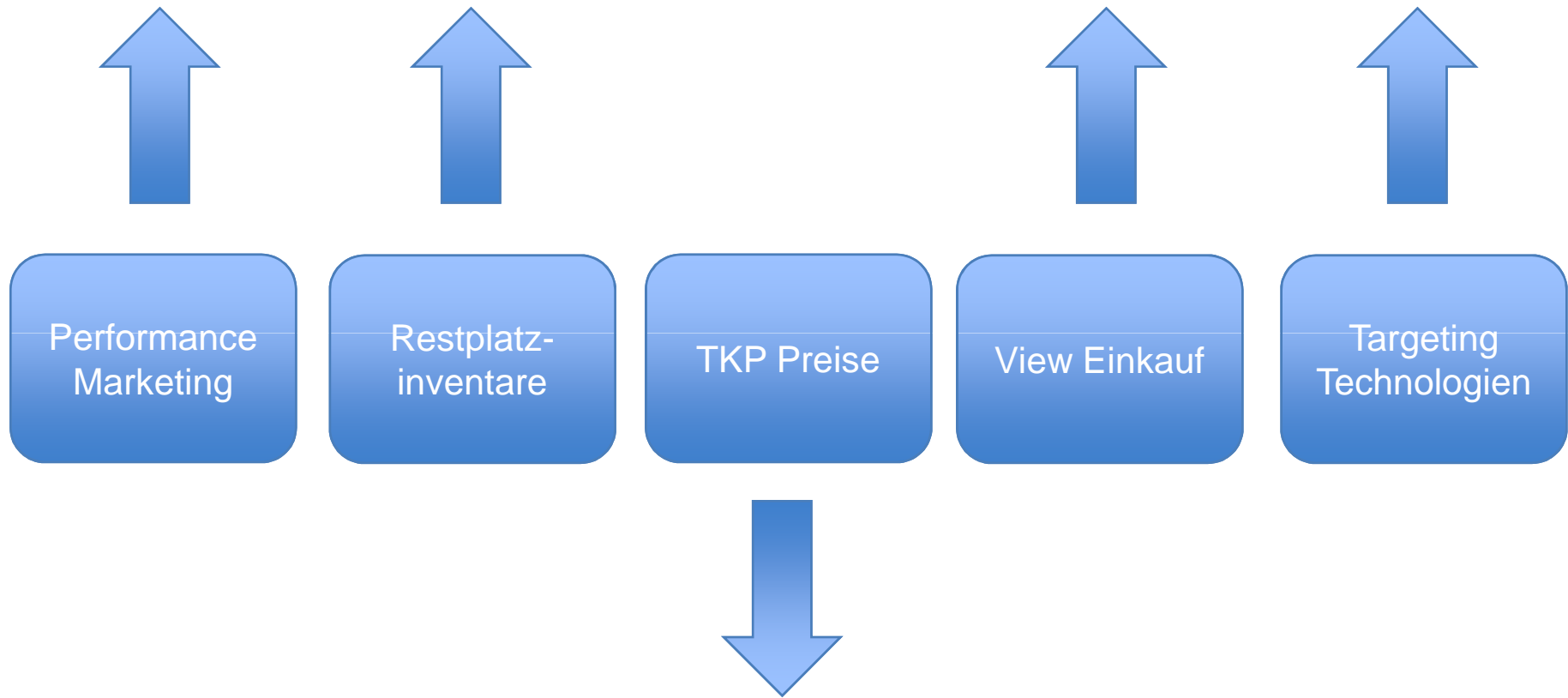


**Display (TKP)**

**Performance (CpX)**





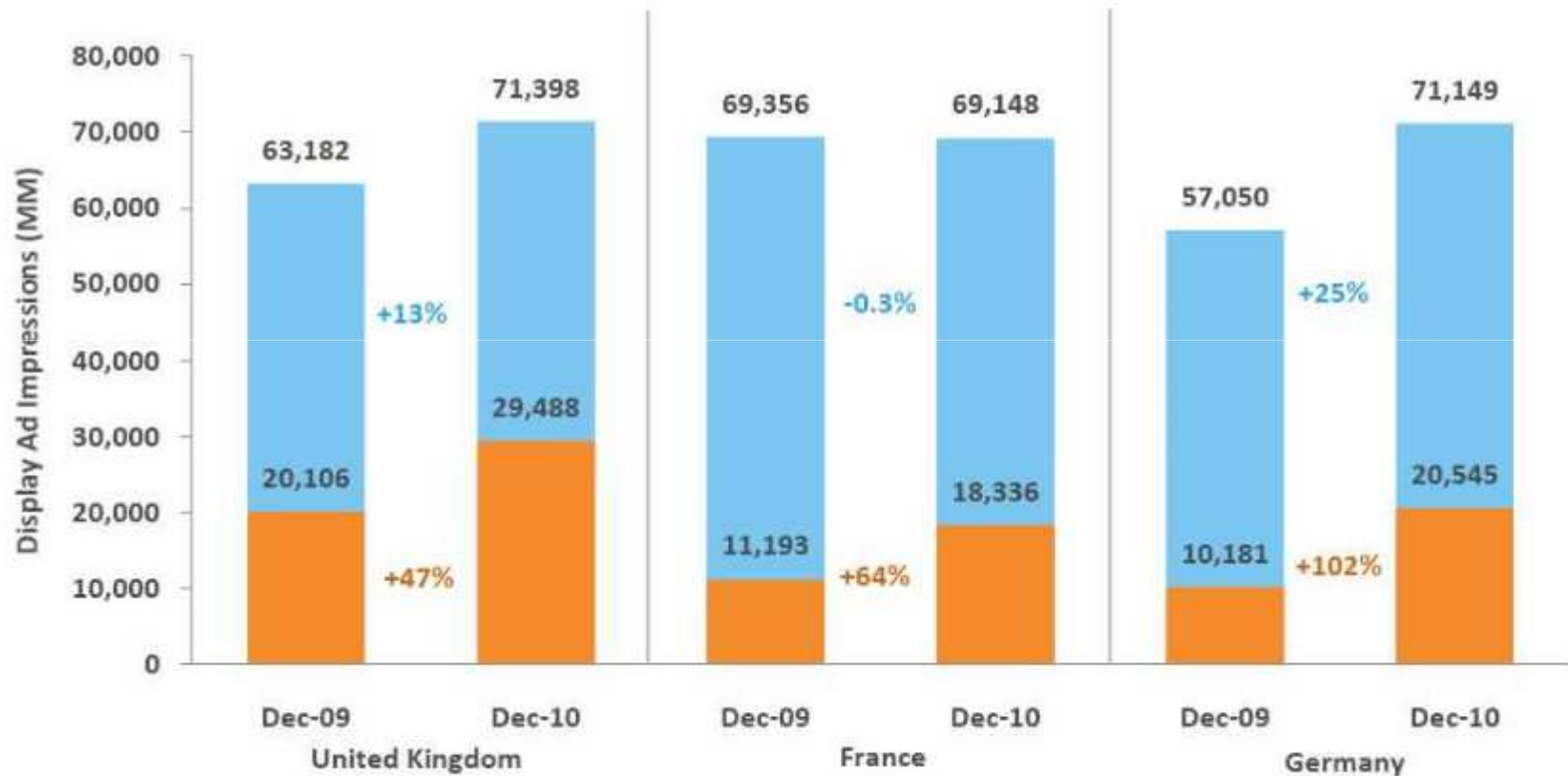




## Growth of Advertising on Social Networking, Display Ad Impressions (MM) UK, France and Germany

Source: comScore Ad Metrix, Dec-2010 vs. Dec-2009

■ Total Display Ad Impressions ■ Social Networking Ad Impressions





Social  
Media

Realtime-  
Bidding

Ad-  
Exchange

PostView-  
Vermarkter

Re-  
Targeting

Blind-  
Networks

Vermarkter

Werbedruck

**AdView Strategie**

ROI-  
Evaluation

Technologie

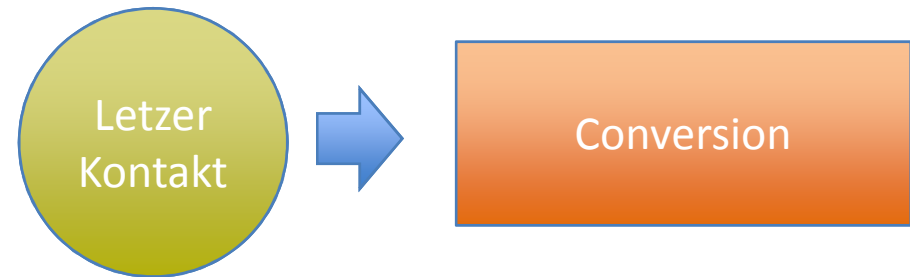


**ROI Evaluation: Last Cookie wins!**

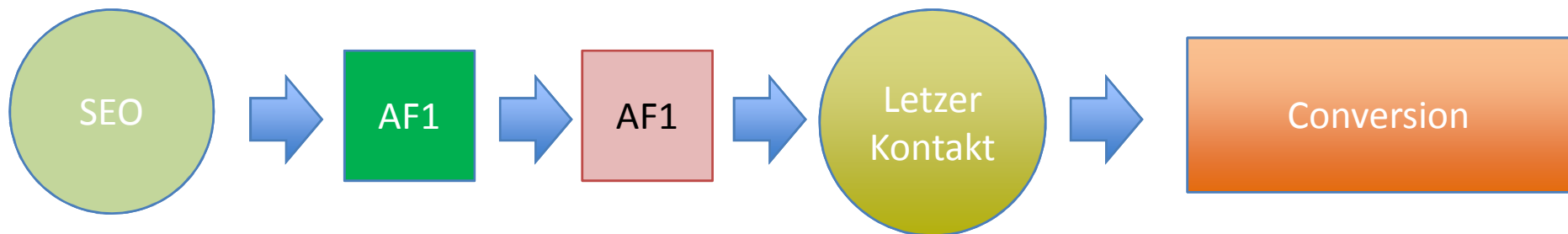


**Wirklich?**

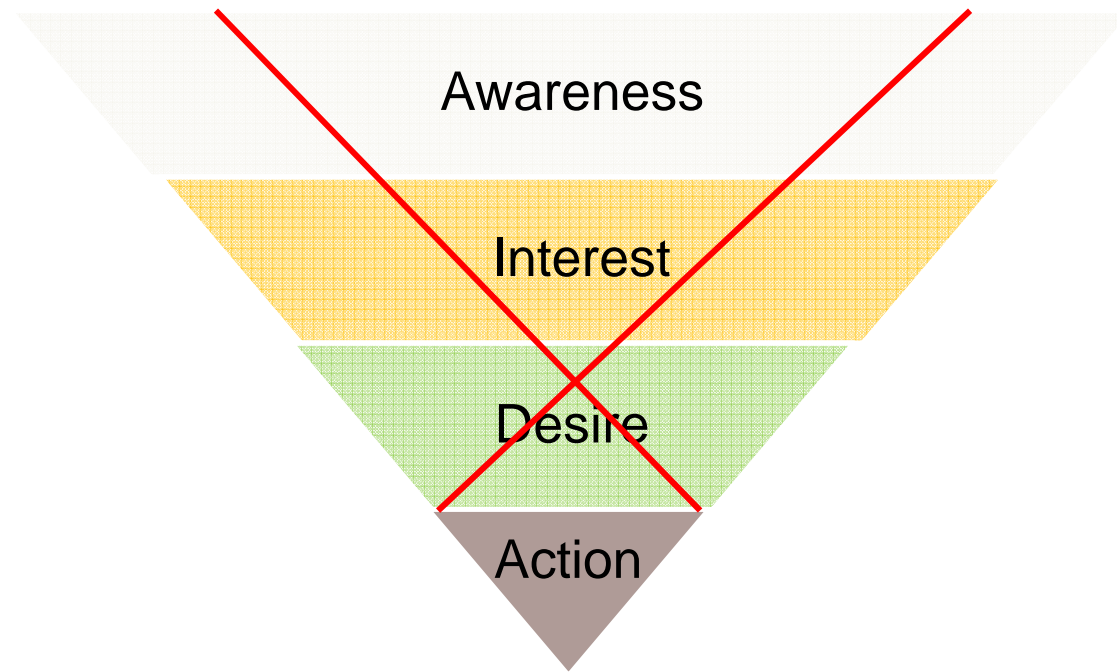
## Die eingeschränkte Betrachtung: letzter Kontakt



## Die ganzheitliche Betrachtung: kanalübergreifend



# Die vermeintliche AIDA



**"Last Cookie wins"**



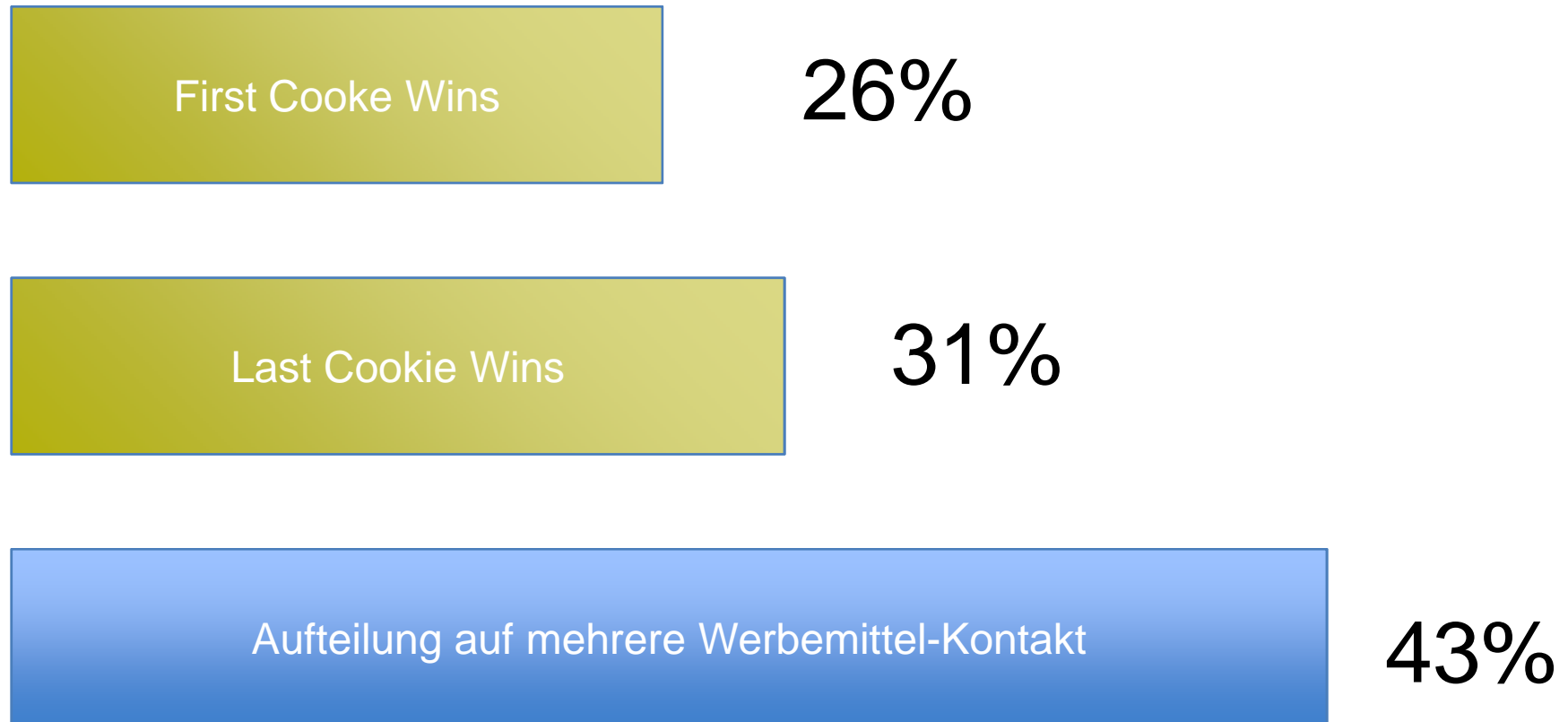


**ROI Evaluation geht über...**



**...die Customer Journey**

# Customer Journey auf dem Vormarsch



# Die neue Dimension: AdAnalytics



**AdView**

**Schnittstellen**

**AdAnalytics**

**Customer  
Journey**

**Multi  
Attribution**





PageViews



AdViews



---

WebAnalytics AdAnalytics

# ADDCLEAR<sup>!</sup>

- Gründung Februar 2011
- Spin-Off von Webtrekk
- Innovative 360° AdAnalytics Lösung
- Intuitive und aufschlussreiche Reporting Struktur
- Eigene Business Intelligence zur Entwicklung von Attributionsverfahren

1.



2.



3.

**ERFASSEN** 



**ERKENNEN** 



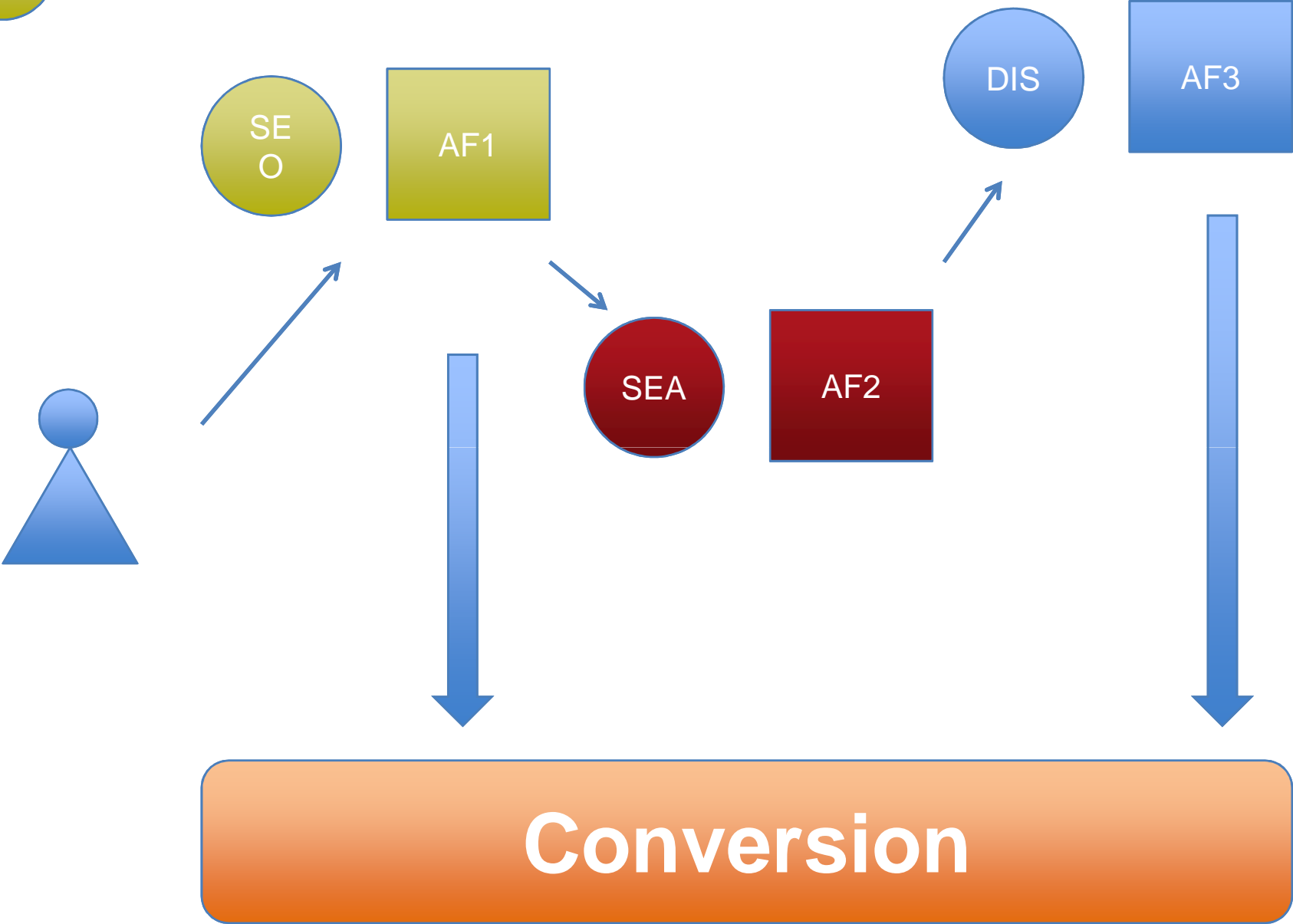
**ENTSCHEIDEN** 





1.

Erfassen



## 2.

## Erkennen

Anz. Kontaktpunkte		Zeitliche Länge		Popularitätsindex		Phasen-Matrix	
Anz. Kontaktp.	Kontaktpunkt-Folge	Dauer	Anz. Makrosess.	Anteil			
2	DIS > SEO	3,2	509	24%			
4	DIS > SEA > AFF > DIR	5,6	339	16%			
1	DIR	1	234	12%			
2	DIS > AFF	2,3	193	9%			
3	DIS > SEA > AFF	4,6	121	6%			

# 2.

## Erkennen

**Auswertungen fuer Konversionsziel "Auftragsformular" >>anderes Konversionsziel wählen**

Datenbasis: 2123 Konversionen










Darstellung von: >>Kanälen - >>Werbetägern - >>Werbemitteln

Anz. Kontaktpunkte

Zeitliche Länge






Popularitätsindex

Phasen-Matrix

Channel	Konvers.	Auslöser	Vorbereiter	Umwandler
SEA	342			
DIS	231			
AFF	198			

# 3.

## Entscheiden

Kanäle	Werbeträger	Werbemittel				
Channel	Status	Views/Klicks	Konvers.(LC) abs./rel.	Konvers.- Wert(LC) abs./rel.	Kosten	
<b>SEA</b>		1276 / 45	5 (16%)	342 EUR (26%)	270 EUR	
<b>SEO</b>		- / 78	5 (16%)	223 EUR (26%)	170 EUR	
<b>DIS</b>		11.234 / 79	8 (18%)	342 EUR (26%)	270 EUR	
<b>AFF</b>		10.345 / 112	17 (24%)	456 EUR (34%)	345 EUR	
<b>SOC</b>		1.113 / 45	5 (16%)	234 EUR (26%)	195 EUR	

3.

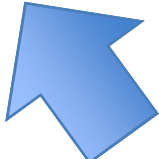
Entscheiden

Lösungsansätze

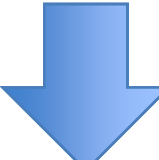


AdView

AdAnalytics



**Ihr Wachstum**



AdClear

**ADDCLEAR** 

*Ready for AdAnalytics!*