

CURIOSITY IS KEY

ADTECH & MARKETING TECHNOLOGIEN

Bis vor wenigen Jahren waren das Website Content Management System und ein Analytics bzw. Tracking-Tool die einzig verbreiteten Marketing Technologien. Um heute erfolgreiches und effizientes Marketing betreiben zu können, sind eine Vielzahl an unterschiedlichen Tools nötig. Diese Tools bieten wir unseren Kunden an und betreiben diese auch für sie.



Je nach Infrastruktur und Zielsetzung des Kunden können die entsprechenden Tools einen Nutzen stiften. Jedoch sind Basics nötig, dass die Daten sauber erfasst werden, um sie auch aktivieren zu können.



CRM-Vernetzung
CDP: Customer Data Platform
Marketing Automation/Newsletter

Permission
Marketing



DSP: Demand Side Platform
DMP: Data Management Platform
Re-Targeting & Look-a-Likes

Reichweiten-
Effizienz-
Erweiterung



Analytics & Attribution
KPI- Definition & Monitoring
Reports & Dashboards

Tracking,
Reporting,
Analyse



CMP: Consent Management
TMS: Tag Management
Data Layer

Basic Marketing
Technology

Welche Tools bieten welchen Nutzen?

Consent Management Platform (CMP)

Durch die Datenschutz-Gesetzgebung (DSGVO) ist vorgeschrieben, dass zum einen eine Einwilligung zur Daten-Nutzung zu erfolgen hat und dass zum zweiten die Einwilligung auch dokumentiert bzw. gespeichert werden muss – inkl. Veränderungen der User-Einwilligung.

Daher ist die Einholung von Verwaltung der Einwilligung der User die Basis für ein daten-getriebenes Marketing. Durch eine gute implementierte CMP kann eine hohe Einwilligungsquote und ein regulatorisch bzw. rechtlich sicheres sowie modernes Online-Marketing erfolgen.

Tag Management Solution (TMS)

Das TMS ermöglicht die einfache Verwaltung von Tracking-Codes auf der Website ohne dass etwas programmiert werden muss. Es werden auf Basis von Regeln Informationen über das Userverhalten sowohl an das Web Analytics Tool als auch externe Tracking-Pixel (wie Google oder Facebook etc.) gesendet.

Web Analytics / Tracking / Reporting

Dies sind Tools wie Google Analytics oder eTracker mit deren Hilfe Informationen zur Nutzung (Traffic-Quellen, Nutzung Unterseiten etc.) und den Nutzern (Geografie, Geräte etc.) der Website sowie der Kampagnen-Performance erhoben und ausgewertet werden können. Mittels Dashboard-Systemen (wie Data Studio) können wir auch verschiedene Daten-Quellen aus verschiedenen Disziplinen (SEA,SEO, Banner, Social) miteinander in Bezug setzen und so Erkenntnisse herausarbeiten.

Data Management Platform (DMP)

In einer DMP werden Zielgruppen-Segmente erstellt auf Basis des User-Verhaltens sowie zugekaufter Daten. Diese können dann in der Ansprache mittels Bannern und Such- oder Video-Anzeigen für Re-Targeting genutzt werden oder an statistische Zwillinge (Look-alikes) ausgespielt werden. Somit können die Botschaften in der Online-Werbung genau an die richtige Zielgruppe kommuniziert werden – auch in Sequenzen abhängig von den Reaktionen der User.

Customer Data Platform (CDP)

Mit einer CDP können sowohl die Daten des Web-Verhaltens der anonymen User mit Kunden-Profilen vernetzt werden. Über die angeschlossenen Kanäle können dann mittels der Daten die Werbemittel individuell ausgespielt werden, die Website personalisiert werden, Emails oder Push-Nachrichten mit individuellen Inhalten versendet werden. Die Reaktionen der User fließen wieder zurück in das User-Profil in der CDP und werden für weitere Aktivitäten genutzt.

Welche Leistungen bieten wir an?

Wir begleiten unsere Kunden bei dem komplexen und recht technischen Thema AdTech und Marketing Technologien. Wir unterstützen bei der Definition der Anforderungen und finden gemeinsam die richtigen Tools bzw. Technologien, die jeweils den höchsten Nutzen bringen. Darüber hinaus implementieren und betreiben wir die Tools auch mit unseren Kollegen aus der Serviceplan Gruppe.

Kontakt

Ansprechpartner:
Dipl.Des. Olaf Nitz, BSc.
Chief Data Officer
Mail: o.nitz@saint-emos.com
Mobil: +43 664 8413197
www.saint-emos.com



SI ELMO'S

TOURISMUSMARKETING