

Allianz für effizientes Online-Marketing-Management: Marin Software und AdClear kooperieren

Integration beider Plattformen vereinfacht Attribution der Werbebudgets

San Francisco / Berlin, 9. April, 2015 – [Marin Software](#) (NYSE: MRIN) und [AdClear](#) haben eine Partnerschaft vereinbart. Damit steht den Werbetreibenden, die mit der Marin-Plattform arbeiten, nun das Attributionssystem von AdClear zur Verfügung. Der Vorteil für die Werbekunden: Durch die Verknüpfung beider Technologien können sie ihre Bidding-Strategien weiter optimieren. Denn sie erhalten ein genaues Bild über den Beitrag, den einzelne Werbekanäle entlang der Customer Journey zur Wertschöpfung leisten und können ihr Budget in Echtzeit zielgerichtet verteilen.

Entscheidend für den Erfolg einer Bidding-Strategie im Online Marketing ist die Analyse der gesamten Customer Journey. Wird die Performance einzelner Kanäle isoliert ausgewertet, besteht die Gefahr, dass der letzte Kanal im Konversionspfad zu stark gewichtet wird. Die Bedeutung der unterstützenden Kanäle wird unterschätzt, obwohl sie eine relevante Rolle für die Gesamtperformance spielen. Mit dem Cross-Channel-Attributionsverfahren von AdClear können Werbungtreibende nun Umsätze basierend auf Impression- und Klickdaten den einzelnen Werbekanälen zuschreiben lassen und den tatsächlichen Wertbeitrag erfassen. Das Ergebnis: Marketingverantwortliche können fundierte Entscheidungen für ihr Bidding und die Budgetverteilung treffen.

Das datengetriebene Verfahren von AdClear eignet sich zudem für die Entwicklung von Prognose-Modellen. Mit ihm ist es möglich, user- und plattformsspezifisch Konversionswahrscheinlichkeiten in Echtzeit zu berechnen.

Dimitrios Haratsis, CEO von AdClear sagt: „Die Basis jeder erfolgreichen Bidding-Strategie ist die automatische Gewinnung von Attributionsdaten anhand von granularen Keywords. Vor allem bei Non-Brand-Keywords kommt es auf die richtige Strategie an, denn hier geht es schnell um hohe Ausgaben. Mit der Partnerschaft von AdClear und Marin Software wird zum ersten Mal SEA ganzheitlich evaluiert. Eine verlässliche Attribution ist dabei nicht simulativ, sondern ausschließlich datengetrieben.“

Andrea Ramponi, Regional Vice President DACH bei Marin Software kommentiert die Kooperation: „Wir wollen unseren Kunden die beste Lösung für effizientes, kanalübergreifendes Online-Marketing-Management bieten, kombiniert mit dem besten Service. Durch die Partnerschaft mit AdClear stellen wir ein weiteres starkes Tool zur Verfügung, um ihre Online-Kampagnen noch effizienter und zielgerichteter zu steuern.“ AdClear, einer der führenden unabhängigen Technologieanbieter im Bereich Customer-Journey-Analyse, Attribution sowie Online-Marketing-Steuerung und -Optimierung und Marin Software, Anbieter einer führenden Cross-Channel-Performance-Marketing-Cloud, arbeiten schon länger aktiv zusammen. Werbetreibende können sich auf ein nahtloses Zusammenspiel der beiden Plattformen verlassen und erhalten klar dokumentierte Guidelines. So können sie sicher und effektiv mit beiden Lösungen arbeiten.

AdClear und Marin Software planen eine Roadshow mit aktuellen Fallbeispielen zum Thema „Aktivierung von Big Data“. Weitere Informationen dazu zeitnah u.a. auf Twitter [@MarinSoftwareDE](#) oder bei Facebook unter [AdClear GmbH](#).

Unternehmenskontakt:

Janett Davidt

AdClear

Tel. +49 (0)30-609848142

E-Mail: presse@adclear.de