



# Die integrierte Lösung für Digital Marketing

Ilona van de Bildt, Solutions Engineer bei Google Netherlands, über die neue Google Marketing Platform.

© dpa/Julian Stralenschulte

**M**it seiner Marketing Platform (GMP) hat Google im letzten Jahr eine integrierte Lösung für Digital Marketing präsentiert. Durch die zentrale, übergreifende Verwaltung aller Kanäle können Insights einfacher für die Kampagnen- und Website-Optimierung genutzt werden. Allerdings können die vollen Potenziale der Tools nur von kompetenten Nutzern verwendet werden.

Die Google Analytics Konferenz in Wien wird von 10.–12. April bereits zum achten Mal von der Wiener Spezialagentur e-dialog veranstaltet. Ziel des Events ist es, den Wissensaufbau und den Austausch zwischen Marketern, Online-Marketing Experten und Analysten voranzutreiben. Auch in diesem Jahr bietet der Event Know-how aus erster Hand. Internationale Top-Speaker und Brands geben auf der Konferenz ihr Wissen

und ihre Erfahrungen in Form von praxisorientierten Workshops weiter.

So gibt auch Ilona van de Bildt, Solutions Engineer bei Google Netherlands, in einem Workshop einen Überblick über die Möglichkeiten der integrierten Google-Plattform. Im Interview mit medianet gab sie schon vorab einen Einblick in die Thematik.

**medianet:** *Frau Bildt, Google hat sich mit der neuen Google Mar-*

*keting Platform von DoubleClick verabschiedet. Weshalb?*

**Ilona van de Bildt:** Die ehemaligen DoubleClick-Produkte leben noch immer in der GMP-Plattform als Campaign Manager, Display & Video360 und Search Ads 360. Wir haben unsere DoubleClick-Werbeprodukte und die Google Analytics 360 Suite unter einer *einzigsten* Marke vereint, der Google Marketing Platform. Diese neue Marke spiegelt die Integration der bereits seit