

”

Einerseits geht es darum, die richtigen Zielgruppen anzusprechen, aber es geht vor allem auch darum, welche Botschaften Werbeaner transportieren ...

die Bedürfnisse der Zielgruppen dynamisch anpassen. Der Erfolg spiegelt sich in höheren CTRs und Conversion Rates wider.

Was den Werbetreibenden aber am Ende am wichtigsten ist, ist, dass ihre Werbung erinnert wird und verkauft. Kampagnen müssen deshalb nicht nur effizient geplant und ausgespielt werden, sondern in Erinnerung der Zielgruppe bleiben. Dafür eignen sich im digitalen Raum Datenfeeds.

medianet: Sie sagen auch, dass Ihre Datenfeed-Lösung von adserver Flexibilität, Skalierbarkeit und eine deutliche Performance-Steigerung bietet. Können Sie uns mehr über diese Vorteile und deren Bedeutung für Werbekampagnen erklären?

Auer-Germann: Die Datenfeed-Lösung von adserver kann leicht an die spezifischen Anforderungen unterschiedlicher Werbeplattformen (z.B. Google Shopping, Facebook Ads, Amazon) angepasst werden. Dies erleichtert die Verwaltung und Optimierung von Kampagnen über verschiedene Kanäle hinweg und spart wertvolle Zeit und Ressourcen.

Dank der flexiblen Struktur der Datenfeeds können Änderungen in Echtzeit vorgenommen werden. Dies ist besonders wichtig in dynamischen Märkten, wo Preisänderungen, Lagerbestände oder neue Produkte schnell und effizient in den Kampagnen berücksichtigt werden müssen.

Durch die Bereitstellung stets aktueller und präziser Produktinformationen erhöhen sich die Relevanz der Anzeigen und die Klickrate (CTR). Nutzer sehen genau die Produkte, die sie interessieren, was zu einer besseren Nutzererfahrung und höheren Engagement-Raten führt.

Diese Vorteile sind entscheidend für den Erfolg von Werbekampagnen, da sie sicherstellen, dass die richtigen Produkte zur

richtigen Zeit und am richtigen Ort präsentiert werden. Die Fähigkeit, große Produktmenü effizient zu verwalten und gleichzeitig die Leistung kontinuierlich zu optimieren, ist entscheidend für den Kampagnenerfolg.

medianet: Die Automatisierung spielt eine wichtige Rolle bei der Nutzung von Datenfeeds. Können Sie uns den Prozess der Datenübertragung und -aufbereitung mithilfe von sogenannten Cronjobs, also automatisierter Befehle, näher erläutern?

Auer-Germann: Über Cronjobs können Befehle automatisiert und für einen wiederkehrenden Zeitpunkt durchgeführt werden.

Der Einsatz von Cronjobs zur Automatisierung der Datenübertragung und -aufbereitung ist ein effektiver Weg, um sicherzustellen, dass Produktdaten stets aktuell und korrekt in Online-Anzeigen integriert werden. Dies führt zu besseren Nutzererfahrungen, höheren Konversionsraten und einer insgesamt effizienteren Kampagnenverwaltung.

medianet: Wie genau ermöglicht Ihre Lösung die Anpassung von Werbematerialien, basierend auf den übermittelten Daten? Welche Vorteile bietet diese dynamische Anpassung für die Effektivität von Werbekampagnen?

Auer-Germann: Die Vorteile sind vielfältig. Automatisierte Prozesse laufen regelmäßig und

ohne menschliches Eingreifen, was die Zuverlässigkeit und Konsistenz der Datenübertragung sicherstellt.

Die Automatisierung reduziert den manuellen Aufwand und die Fehleranfälligkeit, wodurch Ressourcen gespart und die Effizienz gesteigert werden.

medianet: Welche Vorteile ergeben sich aus Ihrer Sicht zusätzlich?

Auer-Germann: Änderungen in den Produktdaten werden schnell in die Feeds übernommen und auf den Werbeplattformen aktualisiert, was die Aktualität und Relevanz der Anzeigen verbessert.

Automatisierte Prozesse können problemlos auf eine große Anzahl von Produkten und Plattformen skaliert werden, was besonders für große Unternehmen mit umfangreichen Produktkatalogen wichtig ist.

”

... Durch Datenfeeds können wir insbesondere Letzteres gewährleisten und die Werbemessage an die Bedürfnisse der Zielgruppen dynamisch anpassen.

Sabine Auer-Germann
adserver

medianet: Sie haben einen Best Practice Case erwähnt, der eine signifikante Reduzierung der Cost per Action (CPA) durch die Nutzung von Datenfeeds zeigt. Können Sie uns einen weiteren Anwendungsfall erläutern?

Auer-Germann: Aktuell verwenden wir für die Erstellung von Datenfeeds spezifische Landingpages. Ein Cronjob crawlt dabei die Website des Werbetreibenden nach relevanten Daten. Derzeit setzen wir diese Methode z.B. für Recruiting-Kampagnen ein. Aus den spezifischen Stellenausschreibungen des Jobportals werden konkrete Parameter wie Gehalt, Jobbeschreibung, Berufsfeld, Einsatzort, Header-Sujets sowie die URL ausgelesen.

medianet: Abschließend – welche Schlussfolgerungen ziehen Sie bezüglich der Bedeutung von Datenfeeds im modernen Marketing und welche Vorteile bieten Sie Werbetreibenden in der digitalen Welt?

Auer-Germann: Datenfeeds spielen eine unverzichtbare Rolle im modernen Marketing. Sie sind die Grundlage für die dynamische und automatisierte Aussteuerung von Produktinformationen in Online-Anzeigen und ermöglichen eine hochgradig personalisierte, relevante und aktuelle Ansprache der Zielgruppen.

Sie bieten Werbetreibenden die Möglichkeit, effizient, zielgerichtet und personalisiert zu arbeiten. Die Automatisierung durch Datenfeeds führt zu einer verbesserten Performance, höherer Relevanz der Anzeigen und einer besseren Nutzererfahrung. Dies führt zu höheren Klickraten, besseren Conversion-Rates und letztlich zu einem besseren ROI für die Werbekampagnen. Insgesamt tragen Datenfeeds maßgeblich zum Erfolg von Online-Werbekampagnen bei und sind ein Schlüssel zu einem effektiven und wettbewerbsfähigen Marketingansatz in der digitalen Welt. (fej/mab)

Die Langfassung des Interviews mit Sabine Auer-Germann lesen Sie auf: www.medianet.at