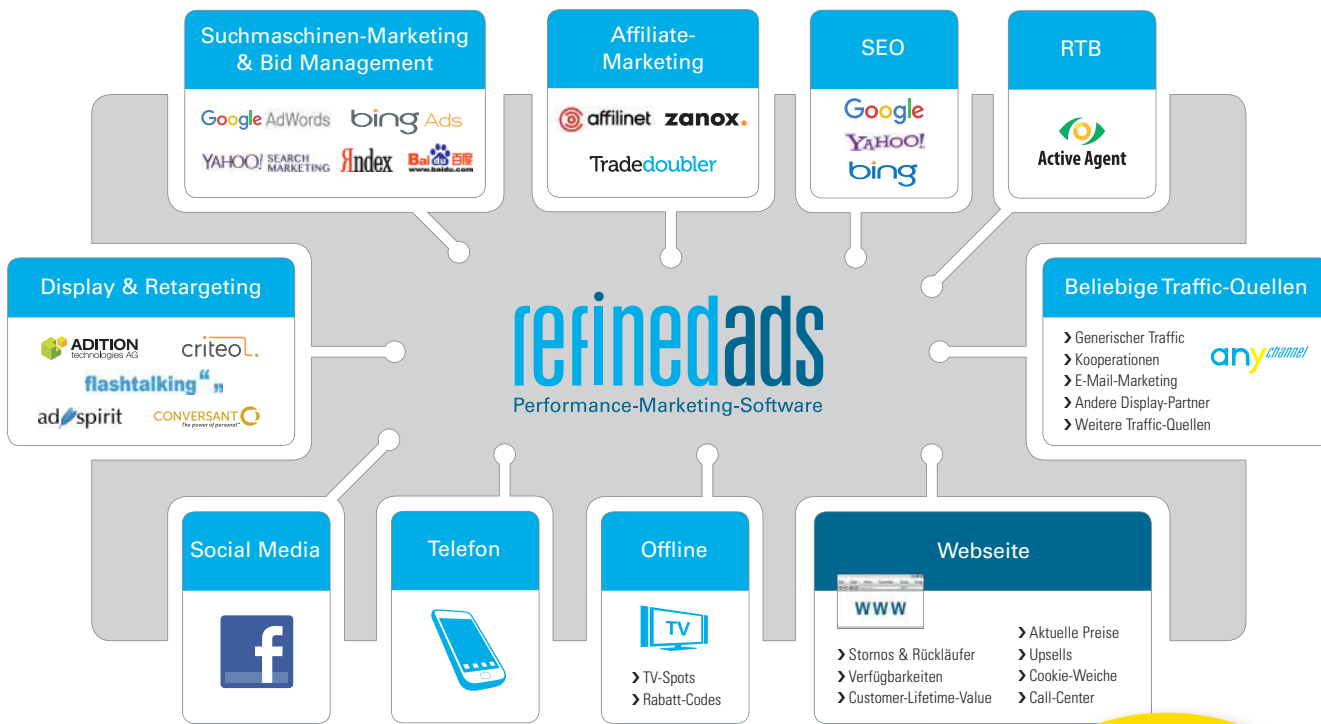


Steuerung des Marketingbudgets auf Basis des tatsächlichen Wertbeitrags!



Vom Last-Klick zum Cross-Channel ROI

Refined Ads bringt Transparenz ins Marketing: Die integrierte Software für Performance-Marketing sieht die einzelnen Kanäle nicht isoliert nebeneinander, sondern betrachtet sie kanalübergreifend, eben Cross-Channel. Dank nativer Schnittstellen zu allen relevanten Trafficquellen werden Kosten einzelner Kanäle automatisiert und bis auf Werbemittellebene integriert, was eine Cross-Channel ROI-Betrachtung und Optimierung bis ins kleinste Detail ermöglicht. So erkennt man die tatsächliche Effizienz der Marketing-Maßnahmen und kann auf Basis korrekter Daten gezielt optimieren.

„Das Cross-Channel-Tracking von Refined Ads hat uns geholfen, Potentiale von 30% und mehr zu erkennen und zu optimieren.“

Konstantin Sixt
Vorstand Vertrieb
Sixt SE

- + Flexible Attributionsmodelle statisch/dynamisch wählbar und direkt im Tool vergleichbar
- + Aussagekräftige Visualisierungen
- + Echtzeit-Multi-Touchpoint-Attribution
- + Post View- und Post Klick-Betrachtung
- + Mehrere Attributionsmodelle direkt im Tool gegenüberstellen
- + Native Anbindung der wichtigsten Partner
- + Generisches Tracking für beliebige Traffic-Quellen, wie Kooperationen oder SEO
- + Vollautomatisiertes TV-Tracking
- + Customer Lifetime Value Tracking inklusive Management (Bestätigung und Stornierung)
- + Post View Messung im Google Display Network und bei YouTube

Customer Journey – Der Weg des Nutzers zur Transaktion

Unsere Funnel- bzw. Multi-Touchpoint-Auswertungen messen über alle Kanäle und Märkte hinweg. Hierzu teilt Refined Ads jede Transaktion, gemäß kundenindividueller Einstellung (Attributions-Logik), zwischen allen beteiligten Werbemittel-Kontaktpunkten (Views und Klicks) auf.

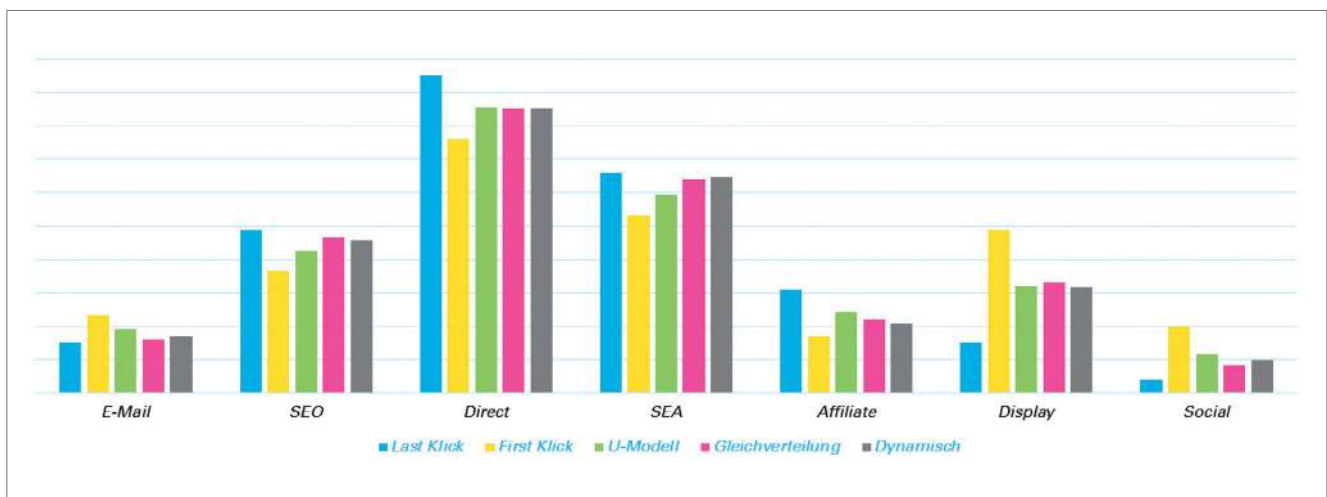
In vielen Fällen kommt die Konversion über ein anderes Werbemittel zustande als der Erstkontakt. Würde nun allein dem konvertierenden Werbemittel der gesamte Transaktionswert zugewiesen („Last Cookie Wins“), so erscheinen assistierende Werbemittel als schlecht konvertierend. Jedoch sind genau diese dafür verantwortlich, dass sich ein Nutzer mit dem Produkt auseinandersetzt und bei der Kaufentscheidung berücksichtigt.

Die Refined Ads Funnel bzw. Customer Journey-Zuordnung erlaubt es ganz individuell, den vollen Wert

der Transaktion auf alle vorherigen Kontaktpunkte zu verteilen (Attribution). Kontaktpunkte können hierbei – neben Klicks – auch Views sein! Diese Auswertung ist nicht nur auf Kanal-, sondern bis auf Keyword- oder Creative-Ebene verfügbar.

Die Analysemöglichkeit lässt sich aber auch in die entgegengesetzte Richtung einsetzen: Man kann gezielt die Werbemittel finden, die zwar hohe Kosten verursachen, aber letztlich nur einen sehr geringen Beitrag zur Konversion leisten. Hier bietet es sich an, die Werbeausgaben für diese Werbemittel oder Platzierungen zu senken. Oftmals ergibt sich eine Verschiebung um 50% und mehr.

- + Besseres Verständnis durch Visualisierung
- + Abweichungen von 50% und mehr erkennen
- + Performance kanalübergreifend steigern



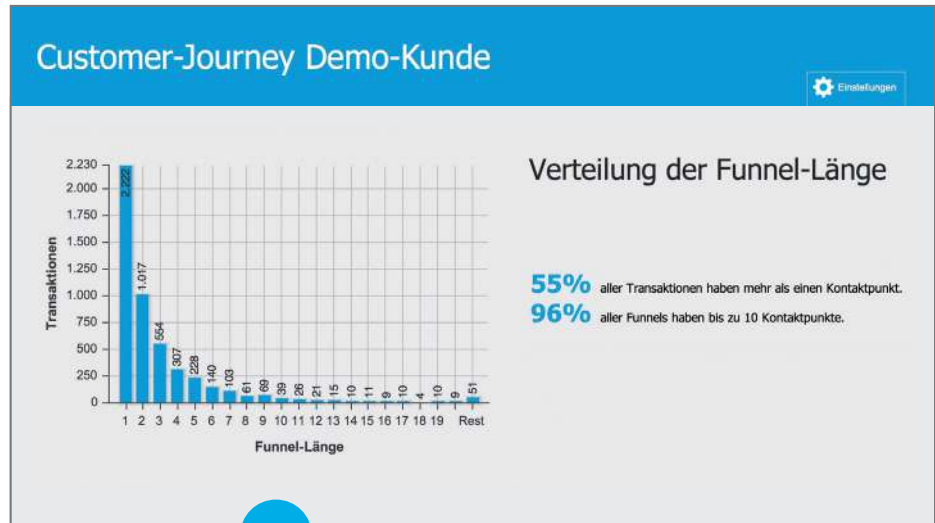
Statische und dynamische Attributionsmodelle

Attributionsmodelle bestimmen die Zuordnung des Transaktionswerts auf die an der Transaktion beteiligten Touchpoints. Bei statischen Modellen (z.B. U-Modell, linear, ansteigend) erfolgt die Definition auf Basis von festen, vorab definierten Zuteilungsregeln. Bei dynamischen Attributionsmodellen hingegen wird ein softwarebasierter, programmatischer Ansatz zum Grunde gelegt, der laufend durch sich verändernde Faktoren (z.B. Nutzerverhalten, CRM-Daten, Kontakt-

zeitpunkte) automatisch angepasst wird. Ob statisch oder dynamisch, alle Ansätze weisen funnelspezifische Vor- und Nachteile auf. Die Wahl des Attributionsmodells sollte stets das Ergebnis eines mehrstufigen Analyseprozesses sein. Refined Ads bietet daher die Möglichkeit, verschiedene Ansätze parallel zu testen, um sich, mit Hilfe von vergleichenden Darstellungen und Auswertung, für das optimale Attributionsmodell zu entscheiden.

Customer Journeys verstehen mit Refined Ads

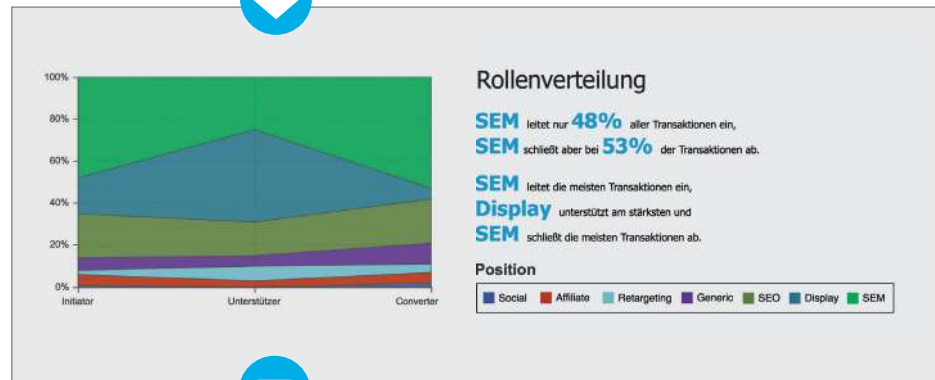
Die Verteilung der **Funnel-Länge** gibt Aufschluss wie relevant das Thema Cross-Channel-Tracking ist. So lässt sich erkennen, wie viele Transaktionen optimiert werden können.



Die **Wechselwirkung** der Kanäle zeigt die gegenseitige Abhängigkeit auf. Auswirkungen von Budget-Anpassungen sind dadurch kanalübergreifend einschätzbar.



Nicht jeder Kanal oder jedes Werbemittel ist gleichermaßen geeignet, Abschlüsse zu generieren. Die **Rollenverteilung** zeigt die Unterschiede. So wird die jeweilige Bedeutung in der Customer Journey klar.



Funnel	Länge	Sales	Einnahmen	%
SEM SEM	2	353	25.724,69	7,18%
SEO SEO	2	116	9.837,14	2,36%
SEM SEM SEM	3	108	8.919,49	2,20%
Display SEM	2	86	7.397,37	1,75%
SEM Generic	2	79	9.222,08	1,61%
SEO SEM	2	70	4.316,41	1,42%
SEM SEO	2	52	4.974,96	1,06%
SEO SEO SEO	3	45	7.342,89	0,92%
SEM SEM SEM SEM	4	45	4.325,44	0,92%
Generic Generic	2	31	2.072,87	0,63%
Display SEM SEM	3	31	1.783,52	0,63%
Display Display SEM	3	29	1.540,27	0,59%
Display SEO	2	28	1.134,60	0,57%

Die häufigsten **Customer Journeys** folgen meist ähnlichen Mustern. Das Zusammenspiel einzelner Werbemittel oder Kanäle und deren Kontakttyp (View oder Klick) wird sichtbar.

Was uns auszeichnet

Individuell wie unsere Kunden

- + Anbindung von Produkt-Feeds
- + Upsell- & Storno-Management
- + Beliebige Attributionsmodelle umsetzbar
- + Cookie-Weichen
- + Individuelle Anpassungen

Zusammen zum Erfolg

- + Deutsch- und englischsprachige Kundenbetreuung
- + Support von 9–18 Uhr durch Refined Ads Experten
- + Erreichbarkeit per Telefon, E-Mail und Skype
- + Schulungen & Workshops
- + Alle Daten in der EU, auf Wunsch ohne IP-Adressen
- + Google Partner

5 der Top 5 Performance Agenturen nutzen Refined Ads

Zur Unterstützung unserer Kunden haben wir ein Partner-Netzwerk aufgebaut. In diesem Netzwerk finden sich professionelle Agenturen, die jederzeit beim Einsatz von Refined Ads unterstützen.

QUALIFIED AGENCY PARTNER
refinedads

explido ONLINE SOLUTIONS GROUP
Your Link to Success.

blueSummit ...more than Search!

rankingCHECK

mediascale GOLDBACH INTERACTIVE resolution

metapeople Effective Online-Marketing PLAN.NET

United Digital Group burda direct interactive

TraDeers NEXICO One Advertising AG

qualitytraffic CONVERSIQ

eprofessional morefiremedia

REGISTERED AGENCY PARTNER
refinedads

Über Refined Labs: Das im Februar 2007 gegründete Unternehmen mit Sitz in München, bietet mit Refined Ads eine Spitzen-Technologie an, die weltweit Transparenz ins Online-Marketing bringt. Mit Schnittstellen für SEA (Google AdWords, Microsoft adCenter, Yandex und Baidu), Affiliate-Marketing (affilinet, Zanox und TradeDoubler), Facebook Ads, Retargeting (CRITEO), SEO und zu verschiedenen Display-Adservern (ADDITION, Flashtalking, mediaplex und adspirit), RTA (Active Agent) sowie Webanalyse-Systemen ist die Applikation auf den Workflow und Bedarf von mittleren bis großen Direktadvertisern sowie Agenturen ausgelegt. Refined Ads ermöglicht ein Cross-Channel-Tracking der Customer Journey mit Ausweisung des Cross-Channel-Erfolgs (CC ROI und CC CPO). Das integrierte TV-Tracking mit automatisierter Spot-Erkennung ermöglicht eine Optimierung der TV-Spots im Hinblick auf den Online-Effekt.

Überzeuge Dich selbst: Der Refined Ads-Test

Lerne Refined Ads noch heute kennen. Vereinbare einen Demotermin und überzeuge Dich selbst. Auf Wunsch bieten wir einen Testzeitraum mit komplettem Setup, Schulung und Betreuung. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit!

refined labs
Refined Labs GmbH
Theresienstraße 4–6 · 80333 München
Tel.: +49 89 13928790 · Fax: +49 89 139287909
info@refinedlabs.com · www.refinedlabs.com

