

## MEDIENINFORMATION

### **Mobile spezifische Features steigern Click-Through-Rate um 69 % / Tipps und Tricks für Mobile Advertising**

*Schritt für Schritt zur erfolgreichen Mobile Kampagne / Wie Marketer vom mobilen Werbetrend profitieren*

**München, 09. März 2015**\_\_ Der Zugang zu zunehmend mehr mobilen Endgeräten hat das Kommunikations- und Surfverhalten der Verbraucher weltweit verändert. In Deutschland surfen mittlerweile 34,33 Millionen Menschen mobil (*AGOF mobile facts 2014-III*), Tendenz steigend. Das befeuert den mobilen Traffic, der sich laut Cisco in Deutschland bis 2018 verzehnfachen wird (*Cisco Visual Networking Index Global Mobile Data Traffic Forecast for 2013 to 2018*). Um von dieser Entwicklung zu profitieren, sollten Werbetreibende ihre Zielgruppen auf mobilen Endgeräten gezielt ansprechen. Interne Analysen von Quantcast zeigen, dass mobile Kampagnen, die das Nutzererlebnis durch gezielte Aktivierungsaufrufe oder runder statt quadratischer Buttons aufwerten und die Click-Through-Rate (CTR) so um durchschnittlich 69 % verbessern. „Mobile Advertising ist hoch-effektiv, wenn es auf das Endgerät zugeschnitten und richtig adressiert ist“, erklärt Paco Panconcelli, Managing Director von Quantcast Deutschland.

#### **Mobilen Werbekanal optimal nutzen**

Die Chancen des Mobile Marketing entdecken immer mehr Marken und investieren wachsende Budgets in diese digitale Disziplin. Doch das Wissen um neue Technologien und das Potenzial von Mobile Advertising allein reicht nicht für eine erfolgreiche Kampagne. „Für werbetreibende Unternehmen ist es wichtig, zu verstehen, welche Varianten und welche Kanäle sie nutzen sollten, um ihre Kampagnenziele zu erreichen“, so Panconcelli. Zum Einstieg empfiehlt Paco Panconcelli vier ganz konkrete Basics, die jeder Werbetreibende berücksichtigen sollte:

1. Mobil-optimierte Website anbieten – sonst gehen Interessenten und Conversions verloren.
2. Mobile in die Gesamtstrategie einer Kampagne integrieren, denn es ist mehr als eine reine Online-Verlängerung.
3. Die richtige Zielgruppe definieren und über Targeting-Technologien adressieren, die auf mobile Devices eingehen.
4. Klare Ziele und Messgrößen für Mobile festlegen, die nicht zwingend identisch mit der Online-Kampagne sind.

# quantcast

Doch Basics allein reichen nicht: Marketer sollten unbedingt weiter denken und ihre mobilen Werbeansätze über die Grundlagen hinaus entwickeln. Dazu zählt etwa auch, mobile Werbemittel zu entwickeln, die das individuelle Nutzererlebnis aufwerten. „Aktivierungsaufrufe wie „Hier wischen“ oder „Hier tippen“ sowie weitere Mobile-spezifische Features verbessern die durchschnittliche Klickrate um 69 %.“

Wie Werbetreibende diesen ausgereiften, personalisierten Kommunikationskanal am besten für sich nutzen können, verrät das neue Whitepaper „Mobile Advertising erfolgreich einsetzen“ von Quantcast. Neben einer allgemeinen Einführung in die mobilen Trends und Werbeausgaben in Deutschland erhalten Werbetreibende Hilfestellung in Form einer konkreten Checkliste sowie Klarheit in Sachen Mythen rund um Mobile Advertising auf. Das vollständige Whitepaper steht [hier](#) zum Download bereit.

---

## Über Quantcast

Quantcast ist ein digitales Werbeunternehmen, das sich auf die Audience-Messung und die Auslieferung von digitalen Werbemitteln in Echtzeit spezialisiert hat. Als Pionier und Vorreiter in der Publikumsmessung verfügt der 2006 gegründete Measure & Advertise-Spezialist heute über die umfangreichsten Erkenntnisse zum Surfverhalten von Internet-Nutzern weltweit. Diese Datenbasis ermöglicht es Vermarktern und Publishern, fundierte Entscheidungen in Bezug auf den Einkauf und Verkauf ihrer Anzeigen zu treffen. Mehr als 1.000 Marken verlassen sich beim RTA auf Quantcast. Als eines der führenden Unternehmen in "Big Data" misst Quantcast mehr als 100 Millionen Webseiten, wertet monatlich über eine Billion neuer Datensätze aus und verarbeitet täglich bis zu 30 Petabytes an Datensätzen.

Der Hauptgeschäftssitz von Quantcast ist in San Francisco; das Unternehmen wird durch Finanzierungen von Founders Fund, Polaris Venture Partners, Revolution Ventures und Cisco Systems gesichert.

Weitere Informationen unter [www.quantcast.com/de/](http://www.quantcast.com/de/)

Xing: <https://www.xing.com/companies/quantcastdeutschlandgmbh>

Blog: <http://www.quantcast.com/inside-quantcast>

Twitter: <http://twitter.com/Quantcast>

Facebook: <https://www.facebook.com/pages/Quantcast>

###

## Pressekontakt:

Miriam Friedmann  
Quantcast Deutschland GmbH  
089 – 24 44 23 060  
[mfriedmann@quantcast.com](mailto:mfriedmann@quantcast.com)

Kathrin Hamann  
ELEMENT C  
089 – 720 137 – 18  
[quantcast@elementc.de](mailto:quantcast@elementc.de)