

Bessere Werbung dank besserer Daten: Quantcast launcht #DataStories

- *Neue Microsite von Quantcast veranschaulicht den Mehr- und Nutzwert von Daten für Branding- und Performance-Kampagnen*
- *Anschauliche und praxisnahe Beispiele zur Planung und Umsetzung datengetriebener Digitalkampagnen*
- *Interaktives Quiz zur dmexco*

München, 9. September 2016___ Raten Sie mal – Rey, Han Solo, Luke Skywalker oder Darth Vader – welcher Star Wars-Charakter begeistert die meisten weiblichen Fans? Oder welche Interessen haben eigentlich Land Rover-Fahrer? Das sind nur zwei Fragen, die Quantcast mithilfe seiner Zielgruppen-Insights Werbetreibenden beantworten kann. Daten haben die Werbebranche in den vergangenen Jahren nachhaltig verändert. Bessere, aktuelle und hochwertige, Daten ermöglichen unabhängig vom Marketingziel bessere Werbung – wenn sie nicht nur gesammelt, sondern auch analysiert und relevante Muster identifiziert werden.

Wie genau Werbetreibende Daten für sich und ihre Kampagnen nutzen können, zeigt die neue Microsite, die Quantcast anlässlich der dmexco konzipiert hat: quantcast.de/datastories. Interaktive Quiz-Elemente laden zum Mitmachen ein und erklären anschaulich, wie Consumer Insights für die Kampagnenplanung und Kreation eingesetzt werden können. Ein Beispiel das auf quantcast.de/datastories zu finden ist, sind Einblicke in die Fangemeinde von Star Wars. Durch die Audience Insights zeigte Quantcast auf, dass einzelne Filmcharakter eine andere Fangruppe anziehen, die sich demografisch und in ihren Interessen unterschied. Erkenntnisse wie diese können Werbetreibende wie Filmverleiher beispielsweise nutzen, um bei der Promotion des Films die Kampagnenmotive und die Kampagnenaussteuerung dahingehend anzupassen.

Diese und weitere DataStories hat Quantcast auch auf der dmexco im Gepäck. Direkt am Stand (**Halle 7 / F050**) können Interessierte selbst quizzten und sich ausführlich über die Chancen und Potenziale daten-getriebenen Marketings informieren. Zusätzlich zum Launch der neuen Microsite startet Quantcast auch eine Social-Media-Kampagne. Unter dem Hashtag #DataStories gibt es bis zum Messestart tägliche Insights und interessante Fakten rund um die spannende Welt der Daten.

„Daten gehören zu den wertvollsten Schätzen eines Unternehmens. Mit Hilfe ausgereifter Technologien können darin wertvolle Insights zur Kundenstruktur generiert und Zielgruppen besser segmentiert und verstanden werden. Das

quantcast®

versetzt Werbetreibende in die Lage, Botschaften und Geschichten so zu entwickeln, dass sie sehr viel enger auf einzelne Nutzerprofile, -bedürfnisse und -interessen abgestimmt sind. Das verbessert die Werbewirkung und reduziert Streuverluste“, erklärt Paco Panconcelli, Managing Director der Quantcast Deutschland GmbH.

Vor allem für Branding-Kampagnen bilden Daten eine wichtige Ressource, um kreative Botschaften und starke Visuals zu entwickeln. Kombiniert mit Programmatic Advertising können werbetreibende Unternehmen mit gezielten Inhalten ihre Wunschzielgruppe in Echtzeit erreichen. Allein der Besitz von Daten reicht jedoch nicht aus. Erst der Einsatz intelligenter Algorithmen und sorgt für die entscheidende Bewertung und Qualifizierung.

„Der massive Anstieg der verfügbaren Datenmengen versetzt Marketingentscheider in die Lage, Verbraucher und ihre Verhaltensweisen besser zu verstehen als jemals zuvor. Dafür aber müssen diese Daten analysiert und die wirklich relevanten Informationen herausgefiltert werden. Um in die Tiefen der Daten einzutauchen, ist technologische Unterstützung in Form von ausgereiften Algorithmen und enormer Rechenleistung notwendig. Daten sind fast schon ‚Commodity‘, während ausgereifte Analysetechnologien noch Luxus sind. Die Kombination aus beidem öffnet für Werbetreibende die Türen zu höchst personalisierter und relevanter Werbung“, ergänzt Paco Panconcelli.

Über Quantcast

Quantcast ist ein Technologie-Unternehmen, das sich auf digitale Werbung und Zielgruppenmessung in Echtzeit spezialisiert hat. Dafür setzt das Unternehmen auf eine komplett eigen-entwickelte Lösung, die plattform-übergreifend Zielgruppen analysieren und ansteuern sowie Kampagnen ausspielen kann. Als eines der führenden Unternehmen für „Big Data“ misst Quantcast über 100 Millionen Websites und verarbeitet täglich bis zu 30 Petabytes an Daten. Diese Daten aus erster Hand ermöglichen Werbetreibenden, Agenturen und Publishern eine gezielte Ansprache und Analyse ihrer individuellen Zielgruppen. Schon heute vertrauen mehr als 1.000 Marken sowie führende Medienhäuser weltweit auf das Know-how und Produktangebot von Quantcast.

Quantcast wurde 2006 von Konrad Feldman (CEO) gegründet und hat seinen Hauptsitz in San Francisco. Weltweit beschäftigt das Unternehmen über 750 Mitarbeiter an über 15 Standorten.

Weitere Informationen unter www.quantcast.de

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

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

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

Facebook: <https://de-de.facebook.com/quantcast>

###

Pressekontakt:

Miriam Friedmann
Quantcast Deutschland GmbH
089 – 24 44 23 060
mfriedmann@quantcast.com

Kathrin Hamann
ELEMENT C
089 – 720 137 – 18
quantcast@elementc.de