

## MEDIENINFORMATION

### **DFDS Seaways setzt bei Marktexpansion auf Quantcast / Conversion Rate steigt auf 7,9 % an**

*Quantcast erzielt in zehn Kampagnen für Reederei DFDS Seaways einen durchschnittlichen Return on Ad Spend von 421 %.*

**München, 13. Januar 2015**\_\_\_ Gezielte Neukundengewinnung über Prospecting und Retargeting: Um seine Bekanntheit und seinen Umsatz im deutschen Markt zu steigern, nutzte das dänische Unternehmen DFDS Seaways die Echtzeit-Daten und Technologien von Quantcast, ein Werbeunternehmen, das sich auf die Audience-Messung sowie die Auslieferung von digitalen Werbemitteln in Echtzeit spezialisiert hat. Der Erfolg lässt sich über die insgesamt zehn unterschiedlichen Kampagnen im Jahr 2014 mit eindeutigen Kennzahlen belegen: DFDS Seaways erzielte über alle zehn Kampagnen hinweg durchschnittlich eine Conversion Rate von 7,9 % – bei vorher durchschnittlich 4,7 %. Die Werbeinvestitionen haben sich bei einem durchschnittlichen Return on Ad Spend (ROAS) von 421 % für DFDS Seaways um ein Vielfaches ausgezahlt. Insgesamt beeinflussten die mit Quantcast durchgeführten Kampagnen nachweislich über 40 % aller Conversions.

„Mit Quantcast haben wir unser Ziel, neue Kunden im deutschen Markt zu gewinnen, erreicht“, sagt Melanie Pieper, verantwortlich für das Online-Marketing bei DFDS Seaways Deutschland. „Wir freuen uns über die konstant sehr guten Kampagnenwerte, die zu unserem Umsatz- und Kundenwachstum eindeutig beigetragen haben – und das bei einem CPA, der unter unseren Vorgaben geblieben ist“.

#### **Gezielte Ansprache potenzieller Neukunden über Ad Exchanges und Facebook**

Um neue Kunden auf die Marke DFDS Seaways aufmerksam zu machen, hat Quantcast über Machine Learning ein individuelles Zielgruppenprofil auf Basis der Bestandskunden erstellt. Mit diesem Wissen konnte Quantcast dann auf verschiedenen Ad Exchanges gezielt auf vielversprechende Ad Impressions bieten, um die dahinter stehenden Nutzer auf die Website der Reederei und schließlich mithilfe von Retargeting bis zur Conversion zu führen. Neben klassischer Display-Werbung erfolgte auch eine Kundenansprache auf Facebook: Hier kombinierte Quantcast seine Echtzeitdaten aus dem Internet mit dem individuellen Zielgruppenprofil von DFDS Seaways und seiner Targeting-Technologie.

# quæntcast

„Das Beispiel von DFDS Seaways zeigt, dass Big Data mit der richtigen Herangehensweise zu Big Results führt. Es ist heute unerlässlich, den Verbraucher komplett zu verstehen – wo er sich im Internet bewegt und an welchem Punkt im Kaufprozess er steht. Unser kundenindividuelles Zielgruppenmodell, das sich permanent und in Echtzeit aktualisiert, versetzt uns in die Lage für unsere Kunden den richtigen Nutzer, zur richtigen Zeit, im richtigen Umfeld anzusprechen und dadurch die Kampagnenperformance nachweislich zu steigern“, erläutert Paco Panconcelli, Managing Director bei Quantcast Deutschland.

Die Kampagnen von DFDS Seaways wurden zwischen April und Dezember 2014 in Form von Display Ads auf verschiedenen Websites in Deutschland ausgespielt und deckten die komplette Customer Journey ab. In der ersten Phase wurden jeweils gezielt potenzielle Neukunden im Web identifiziert und mit Werbemitteln von DFDS Seaways angesprochen (Prospecting). In der zweiten Phase führte ein wohl-dosiertes Retargeting die neuen Seitenbesucher bis zur Conversion. Im Rahmen seiner Multi-Channel-Vertriebsstrategie nutzte DFDS Seaways für seine Kampagnen auch weitere Werbekanäle wie Newsletter, SEA und Anzeigen in Printmedien für seine Kommunikation. Der Beitrag von Quantcast in der Onlinekampagne konnte dabei durch ein Split-Funnel-Attributionsmodell transparent nachgewiesen werden.

---

## 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)