

MEDIENINFORMATION

Google Expanded Text Ads: Kenshoo ermöglicht als erster Partner die volle Implementierung

München, 6. Juli 2016__ Kenshoo, weltweit führender Anbieter im Bereich Agile Marketing, ermöglicht als eines der ersten unabhängigen Technologie-Unternehmen die volle Unterstützung der erweiterten Textanzeigen (Expanded Text Ads, ETA) von Google. Seit dem offiziellen Launch im Mai haben bereits mehr als 45 werbetreibende Unternehmen der Top 1.000 Onlinehändler ETAs über Kenshoo realisiert. Insgesamt hat Kenshoo seither schon 3,5 Millionen erweiterte Textanzeigen ausgeliefert; etwa 40% der wöchentlichen Keywords-Werbeausgaben gaben Kunden für Tests und die Optimierung des neuen Anzeigenformates in Google auf.

Mithilfe von Kenshoo und der ersten Multi-Publishing-Lösung können Werbetreibende ganz einfach und einheitlich ETAs erstellen, verwalten, optimieren und auch tracken.

„Dank der Expertise von Kenshoo erfolgte der Übergang ganz nahtlos, und wir konnten die Budgets unserer Kunden für Search-Kampagnen problemlos in die erweiterten Textanzeigen umschichten“, so Pat Hayden, Director für Paid Search bei der Agentur für Digitalmarketing, Elite SME. „Wir haben uns auch einen entscheidenden Vorteil sichern können, denn wir können nun die Kampagnen unserer Kunden noch schneller anlegen, messen, optimieren und verbessern als unsere Mitbewerber.“

Die erweiterten Textanzeigen von Google bieten Werbetreibenden mehr Raum für prominente Überschriften, ausführlichere Beschreibungen sowie die automatische Darstellung der URL. Laut Google selbst performen Anzeigen so auch geräteübergreifend besser; ein Plus ganz besonders für die mobilen User, die ganz genau wissen möchten, was ein Werbetreibender bietet, bevor sie auf eine Anzeige tippen.

„Kenshoo und Google verbindet bereits seit Jahren eine enge Partnerschaft. Dank dieser Beziehung und unserer großen Erfahrung im Bereich des Suchmaschinenmarketings können wir unseren Kunden nun als eines der ersten Unternehmen die volle Integration der ETAs anbieten“, ergänzt Paul Vallez, VP für Corporate Strategy und Business Development bei Kenshoo. „Auf Forschung & Entwicklung entfällt bei Kenshoo fast die Hälfte aller Unternehmenstätigkeiten und wir investieren auch weiterhin stark in Search, um unseren Kunden in diesem Kanal einen wichtigen Vorsprung vor der Konkurrenz zu sichern.“

Mehr als 400 weitere Werbetreibende planen bereits, ETAs über Kenshoo zu testen und sich fit für die Shopping-Hauptsaison im Herbst zu machen.

Über Kenshoo

Kenshoo ist der weltweit führende Anbieter im Bereich Agile Marketing. Marken, Agenturen und Entwickler generieren über die Infinity Suite™ von Kenshoo durch Social, Search, Mobile und Display Advertising jährlich mehr als 350 Milliarden US-Dollar Umsatz für ihre Kunden. Kenshoo stellt führende systemeigene API-



Lösungen für Werbeanzeigen auf Facebook, FBX, Instagram, Twitter, Google, Yahoo, Yahoo Gemini, Yahoo Japan, Bing und Baidu bereit. Digitale Marketing-Kampagnen in mehr als 190 Ländern für nahezu die Hälfte der Fortune 50-Unternehmen und die 10 weltweit führenden Werbeagentur-Netzwerke profitieren von Kenshoo. Zu den Kunden von Kenshoo zählen CareerBuilder, Expedia, Facebook, Havas Media, John Lewis, Resolution Media, Sears, Starcom MediaVest Group, Tesco, Travelocity, Walgreens und Zappos. Kenshoo verfügt über 27 internationale Standorte und wird von Sequoia Capital, Arts Alliance, Tenaya Capital und Bain Capital Ventures gestützt. Weitere Informationen unter www.kenshoo.com

Die Marke Kenshoo und Produktnamen sind eingetragene Handelsmarken von Kenshoo Ltd. Andere Firmen- und Markennamen sind geschützte Marken ihrer jeweiligen Eigentümer.