

eBay Kleinanzeigen setzt erfolgreich auf die neue Plattform von Adomik

- *Mehr Umsatz dank Cross-Channel-Datenintegrations-Tool*
- *Neue Plattform des französischen Adtech-Spezialisten vereinfacht Monetarisierung für Publisher*

Paris/Berlin, 10. September 2018 – Heutzutage nutzen Publisher eine Vielzahl von Tools, um ihr Inventar zu monetarisieren. Die Komplexität wächst dabei, denn jede Plattform hat wiederum ein eigenes Reporting-Tool und eigene Datensätze. Für Publisher ist es daher schwierig, einen vollständigen Überblick darüber zu erhalten, wie ihre digitalen Werbeeinnahmen performen, und noch schwieriger, Strategieentscheidungen zu treffen oder Optimierungen für mehr Umsatz vorzunehmen.

Dieses Problem löst eBay Kleinanzeigen mit Adomik, indem alle Monetarisierungsplattformen nun in einem Tool integriert sind. Außerdem werden die Advertising-Datensätze über Adomik zentral gesammelt und mit Data-Science-Methoden angereichert.

„Mit der neuen Adomik-Plattform konnten wir alle Reporting-Daten unserer SSPs in einem einzigen Tool zusammenführen. Jetzt sind unsere Daten in einem standardisierten Format leicht verständlich, was unsere Performance-Überwachungs- und Entscheidungsprozesse unterstützt. Durch die Kombination von Demand-Side-, Sell-Side- und Custom-Dimensions über unseren gesamten Stack ermöglicht uns die Plattform, Monetarisierungsmöglichkeiten zu erkennen, um unsere Display-Umsätze zu steigern“, sagt Fabian Schmitt, Team Lead Yield Operations bei eBay Kleinanzeigen.

Dank Adomiks Plattform haben Publisher ihr Inventory, und wie es performt, immer im Blick – egal, auf wie vielen Plattformen sie es anbieten. Die Daten werden zentral gespeichert und normiert.

Die Data Engine ist das Herzstück der Adomik-Plattform und erstellt Analysen und leitet Handlungsempfehlungen ab, indem sie die Datensätze mit Daten aus anderen Quellen anreicht: So bietet Adomik zum Beispiel ganzheitliche Reportings, Preismanagement, Leadgenerierung und dynamische Fehlererkennung. Und Publisher steigern automatisch und über alle Plattformen hinweg ihre Erträge.

„Das Advertising entwickelt sich ständig weiter und das macht die Monetarisierung für Publisher komplexer, als sie je war“, sagt Nicolas Schueller, CEO von Adomik. „Unser Ziel ist es, diese wachsende Komplexität wieder aufzulösen und damit für alle Marktteilnehmer das Management der Digital-Werbung wieder flüssiger zu gestalten. Deswegen ist der Ansatz hinter unserer neuen Plattform pragmatisch und lösungsorientiert. Damit bekommen Publisher die nötigen Mittel an die Hand, mit denen sie mehr Verständnis gewinnen, besser operieren, bessere Entscheidungen treffen und besser verkaufen.“

Über Adomik

Adomik löst das Problem der wachsenden Komplexität im Programmatic Advertising. Publisher verbessern so die Performance ihres Inventory und erhöhen die Erträge. Die Adomik-Plattform führt automatisiert alle Daten von allen Monetarisierungs-Partnern der Publisher zusammen, vereinheitlicht sie und bereichert sie mit anderen Daten an. Daraus erstellt Adomik einheitliche Reportings, leitet die optimale Bepreisung ab, generiert Leads und hilft Publishern beim Troubleshooting. Adomik besitzt Niederlassungen in Paris, London, New York und Tokio und arbeitet mit Top-Publishern in 20 Märkten zusammen, darunter eBay, Sanoma, The Guardian und Vice.

Weitere Informationen unter <https://www.adomik.com/>