



Pressemitteilung

PAYBACK integriert ADITION als Technologieplattform für sein digitales Multichannel-Marketing

- Innovative 1to1-Kundenansprache von PAYBACK Nutzern über Online- und Mobile-Display sowie InApp
- ADITION Unified-Ad-serving-Lösung ermöglicht kanalübergreifende Kommunikationsaussteuerung auf Basis tagesaktueller CRM-Daten

Düsseldorf/ München, 05. September 2014. Das international führende Multipartner-Loyaltyprogramm PAYBACK forciert sein digitales Multichannel-Marketing. Für eine leistungsstarke, individuelle 1to1-Kundenansprache von PAYBACK Kunden über Online- und Mobile-Display sowie InApp, hat das Unternehmen die führende Unified-Ad-serving-Lösung von ADITION technologies in seine Marketinginfrastruktur integriert. Die Enterprise-Marketing-Plattform der Düsseldorfer Technologiespezialisten bietet eine zielgenaue kanalübergreifende Kommunikationsaussteuerung auf Basis tagesaktueller CRM-Daten und ermöglicht PAYBACK, seine Kunden onsite, d.h. auf der Online- und Mobile-Website sowie in der PAYBACK App (iOS und Android) mit jederzeit optimal aufeinander abgestimmtem dynamischem Content zu adressieren – auch in Form von Native Content Marketing.

Für die integrierte Multichannel-Bespielung stellt ADITION technologies PAYBACK exklusiv eine kundeneigene Subdomain zur Verfügung, über die das Unternehmen seine sämtlichen Onsite-Marketing-Aktivitäten selbst aussteuern kann. Über das ADITION CRM-Targeting-Modul werden die First-Party-Daten aus dem PAYBACK CRM dabei zu frei definierbaren und flexibel anpassbaren Zielgruppen modelliert. Anschließend werden sie datenschutzkonform und ausschließlich PAYBACK zur Verfügung stehend an den ADITION Adserver für die kanalübergreifende Aussteuerung der Marketingkommunikation übergeben. Mittels MultiAds können dann selbst kleinste Werbeflächen einfach, komfortabel und effizient über einen einzigen Ad Request nutzerindividuell beliefert werden. Die in der Systemlogik verankerte eCPM-Optimierung optimiert die Werbeschaltungen nach Werbeplatz und PAYBACK individuellen erfolgsbezogenen KPIs.

„Advertising ist nicht gleich Advertising. Wir setzen auf innovative Technologien zur Targetingverbesserung“, so PAYBACK Geschäftsführer Dominik Dommick. „Hier haben wir als PAYBACK mit unserem exzellenten Pool an Kundendaten gerade auch aus dem stationären Handel einen enormen strategischen Wettbewerbsvorteil, Konsumenten mit passenden Empfehlungen und Angeboten in sämtlichen Phasen bis zum Kauf – und darüber hinaus – kommunikativ zu adressieren und sie so zu treuen Kunden zu machen.“



„Intelligentes, nutzerzentriertes Targeting – heute über die digitalen Kanäle und morgen darüber hinaus – ist der Schlüsselfaktor für ein erfolgreiches Multichannel-Marketing“, so Magnus Schmidt, Director Digital Marketing bei PAYBACK. „Mit ADITION haben wir einen Partner gefunden, der uns eine umfassende technologische Lösung zur Verfügung stellt, mit der wir insbesondere unsere eigene digitale Media optimal für eine leistungsstarke integrierte Kundenkommunikation über Online und Mobile nutzen können.“

Jörg Klekamp, Vorstand ADITION technologies AG erläutert abschließend: „Hochperformantes Customer-Journey- und Customer-Lifecycle-optimiertes Multichannel-Marketing ist die Königsdisziplin für Technologieanbieter. Wir freuen uns sehr, dass PAYBACK das breite und zugleich tiefe Leistungsspektrum unserer Unified-Ad-serving-Plattform hierfür mit einer individuell auf seine Anforderungen ausgelegten Lösung voll ausschöpft.“

Über PAYBACK

PAYBACK ist das international führende Multipartner-Loyaltyprogramm und gleichzeitig eine der größten und leistungsfähigsten Marketingplattformen weltweit. In Deutschland können Kunden mit PAYBACK bei über 620 im Alltag relevanten Unternehmen Punkte sammeln und diese gegen Gutscheine, Prämien oder Lufthansa-Meilen einlösen bzw. spenden. Im Jahr 2013 betrug der Wert der gesammelten Punkte 186 Mio. EUR, 95 Prozent davon wurden von den Kunden wieder eingelöst. Als Multichannel-Marketingplattform kommuniziert PAYBACK synchron über alle Kanäle – offline, online und mobil – und verbindet dabei Reichweite optimal mit Personalisierung. Unternehmen haben die Möglichkeit, integrierte Kampagnen über alle verfügbaren Kanäle zu betreiben. Sie können ihre Kunden zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort mit den relevanten Botschaften ansprechen und erzielen dadurch den größtmöglichen ROI.

Über ADITION technologies

ADITION technologies ist einer der führenden europäischen Anbieter für Unified-Ad-serving-Lösungen für Werbetreibende, Agenturen und Publisher. Der ADITION AdServer vereint das komplexe Ökosystem des digitalen Marketings über alle Kanäle in einer zentralen Enterprise-Marketing-Plattform für maximale Marketing- und Vermarktungseffizienz. Als unabhängiges und neutrales Technologieunternehmen im Verbund der virtual minds Gruppe ist ADITION mit rund 60 Milliarden AdRequests pro Monat und zufriedenen Kunden wie United Internet Media, Swisscom, Plan.Net, OTTO, PAYBACK und redblue, der zweitgrößte Ad-serving-Anbieter im deutschsprachigen Markt.

Pressekontakt

< elias communications >
Nadja Elias
Telefon: +49 (0)89 15890306
E-Mail: presse@adition.com

ADITION technologies AG
Michael Schleusner
Telefon: +49 (0)211 987400 30
E-Mail: presse@adition.com