



Hey!  
... den kenne ich doch?

Hohe Conversion  
durch zweite Werbebotschaft

Erhöhung der Reichweite  
mit Ansprache nur bekannter Nutzer

Deep Retargeting  
Mehrdimensional und zeitlich unbeschränkt

Efficient Retargeting  
Optimierung des Werbebudgets

## reTargeting - wie geht's?

reTargeting besteht in seiner einfachsten Ausprägung aus zwei Phasen. In der ersten Phase werden die Webseitenbesucher mit Informationen markiert, die zum Zeitpunkt ihres Besuchs zur Verfügung stehen. In der zweiten Phase kann diese Information auf Drittseiten zur individuellen Ansprache ausgewertet werden.

### Markierungsphase

- Welche Produkte wurden angeschaut?
- Welche Aktionen: Warenkorb, Detailansicht?
- Deep Retargeting: männlich/weiblich, alt/jung
- Efficient Retargeting: Steuerung, ob Ansprache über kostengünstige, eigene Reichweite oder über ein externes Werbevolumen erfolgen soll.

### Werbephase

Vor der Auslieferung eines Werbemittels wird überprüft, ob der Nutzer für reTargeting markiert wurde. Ist dies der Fall, kann das ausgelieferte Werbemittel auf den Nutzer angepasst und zugeschnitten werden.

Beispiel:



 <p>Frische Ideen für die Gartengestaltung</p>	 <p>Campinggas Gasgrill Exper ab 179,99 € jetzt bei baur.de</p>	 <p>PERGART Gewächshaus ab 299,00 € jetzt bei Gazoni.de</p>	 <p>Kriech- &amp; Feldrose (Rosa) ab 2,85 € Pflanzenwelt-Biermann</p>
--	--	--	--

Einfache Form des Retargeting: Der Besuch der Kategorie Gartengestaltung wird verwendet, um ein Banner mit graphischem Teaser und einigen Produkten darzustellen.

## Warum ist reTargeting so effektiv?

98% der Shop-Besucher verlassen das Angebot, ohne gekauft bzw. gebucht zu haben. Mit Retargeting kann man diese Besucher an anderer Stelle erneut ansprechen:

### Personalisierung

reTargeting in Kombination mit dem bannerServer von mindUp erlaubt die individuelle Ansprache auf verschiedenen Ebenen mit verschiedenen Botschaften. Dadurch erreicht die Werbebotschaft sehr effizient den Interessenten und realisiert mehr Clicks und eine höhere Conversion.

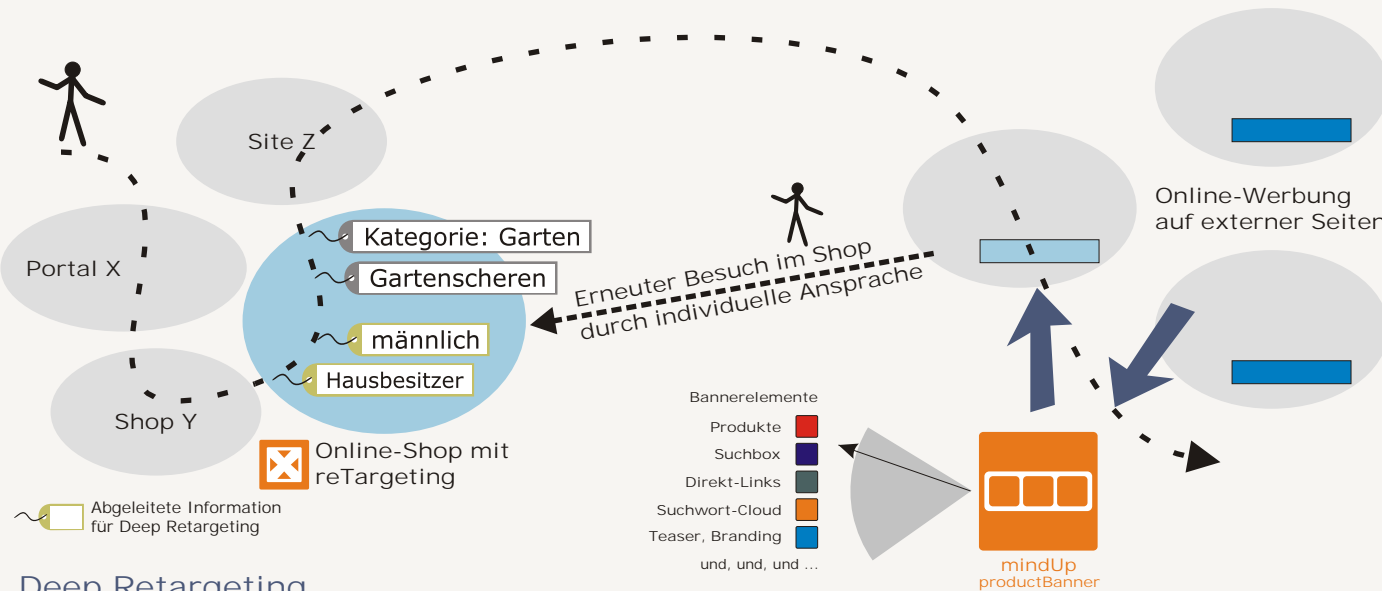
### Emotionalität

Die Menschen wollen nicht durch immer gleiche Werbung genervt werden. Abwechslungsreiche und auf die Interessen abgestimmte Werbung ist spannender und letztlich effektiver.

### Langfristige, intelligente Ansprache

Intelligente Analysemethoden der targetSuite leiten neue Erkenntnisse ab, um sie für spätere Targeting-Aufgaben verwendbar zu machen.

## reTargeting - vollständig integriert in die targetSuite








## Deep Retargeting

Mit Deep Retargeting sichern Sie sich die Zukunft des Retargetings. Die Sicht auf den Nutzer im Retargeting wird häufig auf die Bewertung von angeschauten Produkten reduziert. Deep Retargeting erweitert dies auf eine längerfristige Perspektive, in dem die allgemeinen Themeninteressen des Nutzers und auch soziodemographische Faktoren für die Werbemittelerstellung herangezogen werden.

Intelligentes Deep Retargeting nutzt abgeleitete Erkenntnisse mit längerer Verwendbarkeit auch für spätere Targeting-Aufgaben.

## mindUp targetSuite

Contextual-Advertising- und Geo-Targeting-Systeme

-  contentDetection  
Inhaltserkennung für kontextsensitive Werbemittel
-  localDetection  
Ortserkennung für lokaldynamische Werbemittel
-  reTargeting  
Erneute Ansprache von bereits bekannten Kunden
-  Produktbanner-Server  
Skalierbarer Marketing-Strategie-Server für Werbebanner
-  Web-Crawler / Spider  
Hochleistungs-Crawler für Freitextanalysen

## Profil mindUp

Gegründet im Jahr 2000 verfolgt mindUp die thematische Ausrichtung auf automatisierte Datenanalysen im Internet durch Künstliche Intelligenz. Das Know-How im Bereich Data-Mining und die Anwendung von Techniken des Maschinellen Lernens werden u.a. im Online-Marketing für leistungsfähiges Targeting eingesetzt.

Zu den Produkten von mindUp zählen u.a. die mindUp targetSuite, die u.a. die Technologie contentDetection für die inhaltsbezogene Klassifikation und Wissensextraktion und localDetection zur lokalen Ausrichtung von Werbemitteln enthält (Geo-Targeting). Eingesetzt werden sie von Preisvergleichen, Behavioural-Targeting-Anbietern, Affiliate-Netzwerken und Portalen in sechs Sprachen.

Zu den Kunden von mindUp zählen u.a. eBay International GmbH, Affinet GmbH, Ricardo AG, Siemens, smartshopping.de, billiger.de, myHammer AG und United Internet Media.

## Auszeichnungen

