

6. IT-Businessstalk

Trends im Future Internet

Daten nützen | Daten schützen

Targeting:

Mit diesen Methoden erreichen Sie Ihre Zielgruppen im Web

Egal, welche Leistungen ein Unternehmen bietet, das Idealziel seiner Werbemaßnahmen ist immer größtmögliche Relevanz für potenzielle Konsumenten. Entscheidend für den Erfolg ist dabei die genaue Kenntnis der eigenen Zielgruppen in Verbindung mit einer möglichst exakten Auswahl an möglichen Interessenten. Targeting ist ein innovatives Marketinginstrument das die exakte Ansprache der Zielgruppe ermöglicht. Das Einblenden von Werbung auf Webseiten kann nämlich nach vorher abgestimmten Kriterien (=Targeting) wie z.B. Endgerät (Device-Targeting) oder Region (Geo-Targeting) u.v.m. erfolgen. Diese Herangehensweise entspricht vielen Werbewirkungs-Studien, die belegen, dass Menschen Botschaften am ehesten als relevant empfinden, wenn diese ihren eigenen Bedürfnissen (z.B: Angebote aus der Region) entgegenkommen.

Key Facts

- Erläuterung von Targeting und dessen technischen Möglichkeiten
- Umgang mit personenbezogenen Daten beim Targeting
- Präsentation von realisierten Targeting-Kampagnen



Mag. Gabriele Matijevic-Beisteiner ist Leiterin des Partnermanagement bei der twyn group (www.twyn.com). Die studierte Kommunikationswissenschaftlerin ist seit 9 Jahren in der Online-Branche tätig. Ihre vorherigen Tätigkeitsfelder reichten von Redaktion über Marketing und Sales. Bei der twyn group liegt ihr Schwerpunkt in der strategischen Entwicklung und Betreuung neuer Vertriebspartnerschaften.

Die twyn group ist Österreichs Spezialist für digitale Werbung und Marktführer im Bereich ganzheitlicher Online-Lösungen.