

PRESSEMITTEILUNG

intelliAd gewinnt weg.de und frontlineshop.com als Kunden

Neukunden profitieren von Multichannel-Optimierung / E-Shops nutzen verstärkt das Produktlistentool

München, 8. Dezember 2010 – Mit dem Reiseportalbetreiber Comvel hat sich intelliAd, Anbieter einer Software zur Optimierung aller Online-Kanäle, einen neuen Kundenetat gesichert. Für die reichweitenstarken Portale weg.de und ferien.de nutzt Comvel die Bid-Management-Lösung von intelliAd sowie die Multichannel-Optimierung und die Cookie-Weiche. Ziel ist es, das Online-Marketingbudget möglichst effizient auf die verschiedenen Kanäle zu verteilen.

„Online-Werbung und speziell Suchmaschinenmarketing ist für uns der wichtigste, nach Performance gesteuerte Kanal im Online-Marketingmix. Um unser Budget rentabel einsetzen zu können, sind wir auf eine höchst effiziente Steuerung der Kampagnen angewiesen. Mit Hilfe des Multichannel-Trackings und der Cookie-Weiche von intelliAd können wir genau analysieren, welche Kanäle und Werbemittel an einer Conversion beteiligt sind“, begründet Timo Beyer, Geschäftsführer der Comvel GmbH, seine Entscheidung für die intelliAd Technologie. „Seit wir mit intelliAd arbeiten, konnte unser ROMI signifikant verbessert werden“, resümiert er vier Monate nach dem Start der Zusammenarbeit.

frontlineshop.com hat sich ebenfalls für die Technologie von intelliAd entschieden und nutzt seitdem vor allem das neue Produktlisten-Tool der Münchener. Damit lassen sich die SEM-Anzeigen automatisch aktualisieren und Anzeigen für ausverkaufte Produkte pausieren. Die Aktualisierung erfolgt täglich, auf Kundenwunsch auch stündlich, über eine direkte Anbindung an die Produktdatenbank.

frontlineshop.com ist mit über 15.000 Artikeln von mehr als 350 Brands einer der führenden Street-Fashion-Retailer in Europa. „Bei unserem großen, ständig wechselnden Sortiment erspart uns das Produktlisten-Tool von intelliAd viel Arbeit bei der Aktualisierung der Anzeigen. Zudem stellen wir sicher, dass wir immer die aktuellsten Artikel bewerben“, erklärt Stefan Puriss, Geschäftsführer der Frontline GmbH.

„Wir haben uns im letzten Jahr vom reinen Bid-Management hin zu einem Anbieter zahlreicher Tools entwickelt, mit denen Online-Marketing-Manager ihr Budget kanalübergreifend bestmöglich einsetzen sowie viel Zeit bei der Kampagnenverwaltung sparen können. Diese Kombination wissen unsere Kunden sehr zu schätzen“, erklärt Wolfhart Fröhlich, CEO der intelliAd Media GmbH.

Über intelliAd:

intelliAd ist ein unabhängiges Technologieunternehmen mit Sitz in München. intelliAd bietet Werbungtreibenden und Agenturen eine Software, mit der sich die Performance aller Online-Marketing-Aktivitäten signifikant verbessern lässt. Kernstück der Plattform ist das Bid-Management-Tool, mit dem SEM-Kampagnen zeitsparend

verwaltet und optimiert werden können. Durch eine übergreifende Multichannel-Optimierung können die Synergie-Effekte zwischen den Kanälen SEM, SEO, Display-, Affiliate-, Social-Media- und E-Mail-Marketing analysiert werden. Die Erkenntnisse daraus werden direkt im Bid-Management berücksichtigt. Dieser 360-Grad-Blick auf alle Online-Marketing-Maßnahmen ermöglicht den bestmöglichen Einsatz des gesamten Online-Werbebudgets. Neben zahlreichen Kunden wie Air Berlin, Neckermann, Medion, A.T.U und weg.de nutzen auch Agenturen wie etwa Zieltraffic, bigmouthmedia, ad agents und One Advertising die Software. www.intelliad.de

Pressekontakt:

[Frau Wenk +++ PR & Marketing für die digitale Welt](#)

Andrea Buzzi

Tel.: 040 4321 86 55

E-Mail: intelliAd@frauwenk.de