

Pressemitteilung

Neues EasyOnline-Modul zum Ausspielen von Webbanner auf High-Traffic-Websites

marcapo rechnet regionale Webbanner-Schaltung erstmals klickbasiert ab

Ebern, 26. November 2018 +++ Bisher war es nicht üblich, Webbanner auf hochfrequentierten Websites regional auszuspielen und nur dann zu bezahlen, wenn Nutzer das Banner tatsächlich anklicken. Neue Möglichkeiten in den Bereichen Display-Werbung und Performance-Kampagnen schafft marcapo, Spezialist für lokale Markenführung und Marketingportale (www.marcapo.com), mit seinem neuen Webbanner-Modul: Ab sofort können Marken und Hersteller über ihre lokalen Absatzpartner zielgerichtete Banner-Werbung betreiben und so ihre Markenbekanntheit steigern. Damit ist es den Partnern vor Ort zum ersten Mal möglich, regionale Webbanner-Kampagnen mit kleinen Budgets durchzuführen. Dabei profitieren Marken und Absatzpartner gleichermaßen von der Brand-Safety-Garantie: Die individualisierten Webbanner werden ausschließlich auf den qualitativ hochwertigen Websites der reichweitenstärksten AGOF-Publisher ausgespielt. Die Abrechnung erfolgt erstmals im CPC-Modell (Cost-per-Click), anstatt wie bisher branchenüblich auf TKP-Basis (Tausend-Kontakt-Preis): Unternehmen zahlen nicht für das bloße Anzeigen des Banners, sondern nur für tatsächliche Klicks. Damit ist jede Banner-Ausspielung (Ad-Impression), die nicht zu einem Klick führt, kostenfrei.

Internetnutzer im jeweiligen Einzugsgebiet gezielt erreichen

Vom neuen EasyOnline Webbanner-Modul profitieren insbesondere Unternehmen mit Absatzpartner-Strukturen, wie etwa Versicherungen sowie Unternehmen aus den Bereichen Handel, Handwerk und Healthcare. Unter der Prämisse, dass Marken und Hersteller das Modul über ein Marketingportal zur Verfügung stellen, können selbst kleine Handwerksbetriebe und Werkstätten, Friseure, Ärzte und Apotheker mit einem Budget ab 100 Euro zeitlich begrenzte Webbanner-Kampagnen im Corporate-Design der Marke umsetzen. Zum Einsatz kommen ausschließlich aufmerksamkeitsstarke, großformatige Webbanner wie Sitebar, Billboard und Halpage.

Webbanner einfach individualisieren

Lokale Absatzpartner können die drei verschiedenen Banner-Vorlagen in ihrem persönlichen Editierbereich individualisieren. Im weiteren Bestellprozess definieren sie den gewünschten Startzeitpunkt und die Dauer ihrer Kampagne. Die Angabe der zu erzielenden Klickanzahl erfolgt auf Basis tagesaktueller Klickprognosen in den gewünschten PLZ-Gebieten, die lokale Partner in einer übersichtlichen Karte mit PLZ-Gebieten auswählen können. Dank des hochentwickelten Algorithmus, der dem Modul zugrunde liegt, werden die Webbanner auf den Websites mit der höchsten

Klickwahrscheinlichkeit angezeigt. Mit ihrer Buchung erhalten die lokalen Absatzpartner ein garantiertes Mindestvolumen an ausgespielten Werbeeinblendungen (Ad-Impressions) kostenlos dazu.

Konzentration auf das Kerngeschäft

marcapo übernimmt das komplette Projektmanagement – von der Begleichung der Eingangsrechnungen und der Abrechnung mit den Absatzpartnern über die Abwicklung von Werbekostenzuschüssen mit den Marken. Darüber hinaus können Absatzpartner die telefonische Werbeberatung von marcapo nutzen, um ihre Online-Marketing-Aktivitäten gezielt aufzubauen oder weiter zu professionalisieren. Das gestattet ihnen, sich auf ihr Kerngeschäft zu fokussieren.

Definierte Zielgruppen passgenau erreichen

„Display-Werbung ist in einem modernen Marketing-Mix unverzichtbar“, erklärt Ronny Neumann, Head of Brand Management DACH bei der Goodyear Dunlop Tires Germany GmbH. „Doch wegen der weit verbreiteten Banner-Blindheit sind die Streuverluste immer sehr groß. Dass wir jetzt über unsere Händler Webbanner regional aussteuern können und nur für tatsächliche Klicks bezahlen müssen, macht das Risiko und die Kosten sehr gut kalkulierbar. Zudem können wir unsere definierte Zielgruppe, nämlich Autofahrer, über unsere Absatzpartner vor Ort gezielt erreichen. Das steigert die lokale Bekanntheit, auch von kleinen Händlern, deutlich.“ Da Absatzpartner den Erfolg und die Kosten ihrer Online-Werbemaßnahmen über ein Dashboard transparent auswerten können, ist es ihnen möglich, ihr Online-Marketing-Portfolio kontinuierlich zu optimieren.

Über die marcapo GmbH

marcapo mit Hauptsitz im fränkischen Ebern ist Pionier auf dem Gebiet der lokalen Markenführung und hat sich seit Gründung im Jahr 2005 zum führenden Spezialisten für lokale Markenführung und Marketingportale mit Erfolgsgarantie entwickelt. Über die ELM-Methode (Erfolgreiche lokale Markenführung) und dessen Kernstück, das webbasierte Marketingportal, gestalten, bestellen und schalten über 40 europäische Markenunternehmen mit Absatzpartnerstrukturen CD-konforme und zugleich individuelle Werbemaßnahmen, die die lokale Markenführung von über 48.000 Absatzpartnern nachweislich erleichtern. Darüber hinaus gibt es weitere Leistungsbausteine, die den Erfolg der Anwender fördern: Positionierung, Design, Vermarktung, Absatzpartnerbetreuung, Fulfillment und strategische Beratung. Gemeinsam mit seinen rund 150 Mitarbeitern betreut marcapo namhafte Unternehmen wie ERGO, Goodyear, Hansgrohe, Wella und WWK Versicherungen.

Kontakt:

marcapo GmbH
Thomas Öttinger
Bahnhofstr. 4
D-96106 Ebern
Tel: +49 (0)9531-9220-102
Fax: +49 (0)9531-9220-92
E-Mail: thomas.oetinger@marcapo.com
Internet: www.marcapo.com

Möller Horcher Public Relations GmbH
Katja Dreißig
Ludwigstr. 74
D-63067 Offenbach am Main
Tel: +49 (0)69-809096-49
Fax: +49 (0)69-809096-59
E-Mail: katja.dreissig@moeller-horcher.de
Internet: www.moeller-horcher.de