



Adjust GmbH Saarbrücker Straße 37a, 10405 Berlin, Germany  
Adjust Inc. 535 Mission Street, San Francisco, CA 94105, United States of America  
Phone +49 30 91 46 00 83, Fax +49 30 25 74 96 75 [www.adjust.com](http://www.adjust.com)

## Adjust launcht neue Generation von Attribution-Lösungen

**Berlin/San Francisco - 12. Juli 2017** - Adjust, das führende App-Analyse und Attribution Unternehmen, gibt heute die nächste Generation seiner Attribution-Lösungen bekannt. Die Features ermöglichen Werbetreibenden ein höheres Maß an Kontrolle über die Kampagnenlogik und ermöglichen tiefere Einblicke in den tatsächlichen Lifetime Value (LTV) ihrer Nutzerschaft.

Im Durchschnitt liegt die Churn-Rate von neu erworbenen Nutzern in etwa bei 95 Prozent innerhalb der ersten Monate. Aus diesem Grund setzen Werbetreibende auf Re-Engagement-Kampagnen, um Nutzer wieder zurück in die App zu führen. Die entscheidende KPI innerhalb dieser Kampagnen ist der Lifetime Value (LTV) der einzelnen Nutzer.

Werbetreibende erheben den LTV, um die Effizienz ihres Targetings zu messen, um die Marketingchannels miteinander zu vergleichen und letztlich den ROI ihres Marketingbudgets zu bestimmen. Die Herausforderung besteht dabei bisher darin, den LTV eines Nutzers über einzelne Re-Engagement-Kampagnen hinweg zu messen. Aus datenanalytischer Sicht ist das kein leichtes Unterfangen, da die ursprüngliche Quelle, über die ein Nutzer akquiriert wurde über die Re-Engagement-Kampagne hinweg verloren geht und übersteigt bisher die Anforderungen an klassische Analytics-Plattformen. Genau hier setzt das neue Produkt-Update von Adjust an.

Die Herausforderung bei erfolgreichen Re-Engagement-Kampagnen ist nachzuvollziehen, wo die Benutzer ursprünglich herkamen, um so den Return on Ad Spend (Anzeigenausgaben) oder Return on Investment (ROI) zu ermitteln. Neben der Effektivität der Re-Engagement-Kampagnen kann der Vemarkter künftig erfassen, ob diese Benutzer die ursprünglichen Anschaffungskosten Wert waren (ROI).

"Bei der Entwicklung neuer Technologien im Bereich Attributions besteht unser Ziel darin, unsere Lösungen für Marketers noch leistungsfähiger und trotzdem einfacher in der Bedienung zu machen." erklärt Christian Henschel, CEO und Mitbegründer von Adjust. "Dabei kommen die Anregungen oftmals direkt von unseren Kunden. Viele unserer Partner verfügen

bereits über sehr anspruchsvolle Systeme für die Kampagnenanalyse und mit unseren neuen Lösungen verbessern wir ihre Möglichkeiten im Bereich Attributions spürbar.“

#### **Neue Features die sukzessive mit dem Produkt-Update verfügbar sind:**

- **Campaign-Wizzard:** Vermarkter können vollständig unabhängig von den Netzwerken und Publishern, mit denen sie zusammenarbeiten, die Attribution-Regeln festlegen, um noch effizienter neue Nutzer zu akquirieren. Sie können mit einem Partner verschiedene Kampagnen in verschiedenen Attributions-Fenstern erstellen und zusätzlich Fingerprinting ein- oder ausschalten. Darüber hinaus können sie flexibel definieren, wann ein Nutzer für sie inaktiv wird sowie Kosteninformationen senden oder empfangen.
- **Native LTV:** Vermarkter sind endlich in der Lage, den tatsächlichen LTV zu messen, unter Berücksichtigung der ursprünglichen Marketingquelle, die im ersten Schritt zu der Installation führte. Dabei spielt es keine Rolle, ob der Benutzer auch durch andere Quellen wieder aktiviert worden ist. Darüber hinaus kann der LTV des Nutzers von jeder neuen Re-Engagement-Quelle neu ermittelt werden.
- **Dynamic Attribution:** Vermarkter können den Zeitraum festlegen, nach dem ein abgewanderter Nutzer mit einer Re-Engagement-Kampagne angesteuert wird. Das ermöglicht ihnen mehr Kontrolle darüber, wie sie LTV- und Kundenakquisitionskosten berechnen und messen können.

Weitere Informationen über die Attributionstechnologie von Adjust und Anwendungsbeispiele finden Sie unter [www.adjust.com](http://www.adjust.com).

#### **Über Adjust**

Adjust ist ein Mobile Measurement Unternehmen, das höchst qualitative Analyse- und Messlösungen für App Marketer weltweit bereitstellt. Mit Adjusts Open-Source SDK können App Marketer Nutzerverhalten, User Acquisition, Marketing ROIs, User Lifetime Kohorten und weiteres messen und analysieren. Adjusts Plattform stellt ein vereinfachtes Reporting mit verständlichen, verfolgbaren und vergleichbaren Metriken zur Verfügung. Adjust ist sowohl Facebook Marketing Partner, als auch Twitter Marketing Plattform Partner und in über 900 Netzwerk und Analytikanbieter weltweit integriert. In 2012 gegründet, unterhält das Startup neben dem Hauptsitz in Berlin weitere Büros in San Francisco, New York, São Paulo, London, Paris, Istanbul, Tokio, Shanghai, Singapur, Jakarta und Moskau.