



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

Adjust startet Audience Builder - erste Ergebnisse zeigen über 200% Return on Advertising Spend

Die neue Lösung zur Segmentierung von App-Usern ermöglicht es Werbetreibenden, Zielgruppen erfolgreich durch Re-Targeting-, Cross-Promotion- und Lookalike-Kampagnen zu definieren und zu erreichen

BERLIN / SAN FRANCISCO - 10. August, 2017 - Adjust, das führende App-Analyse und Attribution Unternehmen, gibt heute den Start seiner neuen Funktionen innerhalb des Audience Builder-Tools bekannt. Damit werden Werbetreibende künftig in der Lage sein, Zielgruppen bei Facebook und vielen weiteren Partnern mit mobilen Werbekampagnen noch effektiver und gezielter anzusprechen. Zu den Funktionen zählt beispielsweise der "Audience Count", der einen Einblick in die Größe der Zielgruppe und somit in das Kampagnen-Volumen gewährt. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, Zielgruppen auf Basis mehrerer In-App-Ereignisse und Umsatzwerte aus sämtlichen historischen App-Daten heraus zu segmentieren.

Erste Ergebnisse aus Kampagnen mit der Fitness-App Runtastic zeigen, dass innerhalb von nur sieben Tagen eine Rendite für Werbeausgaben (Return On Advertising Spend - ROAS) von weit über 200% erzielt werden konnte. Zudem konnte eine 900 prozentige Verbesserung der Nutzer-Registrierung mit anschließendem Abschluss eines Abonnements erzielt werden, was bisherige Benchmarks aus der Branche signifikant übersteigt.

Mit dem Audience Builder können Werbetreibende eigene Segmentierungsregeln definieren, die auf tatsächlichen App-Nutzerattributen und -ereignissen innerhalb eines Zeitrahmens, eines Landes, eines Betriebssystems oder über verschiedene Apps hinweg basieren. Einmal erstellt, können Werbetreibende das Publikum als eine Liste von Werbe-IDs direkt aus ihrem Adjust-Dashboard exportieren und diese Listen bei Partnern wie Facebook hochladen. Diese Nutzer-Listen können wiederum aufgeteilt werden, was den Werbetreibenden neue Wege ermöglicht, um A/B-Test-Retargeting, als auch Cross-Promotion-Kampagnen durchzuführen und Lookalike-Kampagnen zu erstellen.

Christian Henschel, Co-founder & CEO von Adjust: "Mit dem Audience Builder ermöglichen wir noch gezieltere Segmentierungsmöglichkeiten auf der Basis sehr komplexer User-Daten,

ohne dabei die Privatsphäre der Nutzer zu verletzen. Werbetreibende haben selbst in der Hand, welche sensiblen Daten sie behalten wollen und welche sie weitergeben. So werden nicht nur interne Datenschutzbestimmungen erfüllt, sondern auch die neuen ePrivacy-Richtlinien der EU Kommission."

Der Audience Builder wurde als erweiterte, datenschutzkonforme Plattform für die Definition, Analyse und den Export von Benutzersegmenten in Übereinstimmung mit dem neuen Richtlinienentwurf der Europäischen Kommission von Januar 2017 entwickelt. Segmentierte Datensätze können dann an Dritte weitergegeben werden, beispielsweise an Werbepartner wie Facebook. Werbetreibenden haben dabei stets die volle Kontrolle darüber, welche Daten weitergegeben und welche behalten werden.

Vor dem Audience Builder hatten viele Werbetreibende nicht die Möglichkeit, diese Art von Daten aufgrund interner Richtlinien oder wegen begrenzter interner Ressourcen weiterzugeben. Das ist der Tatsache geschuldet, dass Werbetreibende in der Regel eine Aufwärmphase für eine "Audience" benötigen, damit diese groß genug wird, um einen signifikanten Einfluss auf beides Lookalike-User-Acquisition-Kampagnen und Retargeting zu haben.

Seit dem Soft-Launch im Februar haben weltweit agierenden Kunden von Adjust über 1000 Audience-Segmente mit Audience Builder erstellt und diese auf externe Plattformen hochgeladen, um den Hebeleffekt der Lookalike-Audience zu nutzen.

"Mit dem Audience Builder und den zusätzlichen Segmentierungsmöglichkeiten konnten wir kostengünstiger und effektiver hochwertige Nutzer ansprechen. Das lässt sich nicht nur in der Anzahl von gekauften Abonnements, sondern auch im ROI für Werbeausgaben deutlich erkennen. Die Arbeit mit dem Audience Builder in Verbindung mit der neuen Targeting-Funktion von Facebook hat unseren Kampagnen einen spürbaren Mehrwert verliehen. Die ROAS, die wir nach nur sieben Tagen gesehen haben, übertreffen im Vergleich bei weitem die Ergebnisse, die wir bisher bei ähnlichen Kampagnen gesehen haben," erklärt Lotta Weigeldt, Head of Growth bei Runtastic.

Mehr Informationen zum Audience Builder, Mobile Attribution und Use Cases finden sie auf: 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.