

Optimizely schließt Partnerschaft mit wywy

Synchronisierung von Websites und TV-Spots in Echtzeit: Erhöhte Conversion Rates und effiziente Nutzung von Werbebudgets dank aktivierter Second-Screen-Nutzer

Köln, 4.2.2016 - Optimizely, eine der weltweit führenden Plattformen zur Optimierung der Benutzererfahrung für Websites und Mobile Apps, gewinnt wywy, den Spezialisten für Multi-Screen-Werbelösungen, als neuen Technologiepartner. Ziel der Integration ist es, die Zuschauer eines TV-Werbespots, die direkt nach der Ausstrahlung auf die Webseite des Werbetreibenden gehen, gezielt abzuholen und die Vermarktungschancen der beworbenen Produkte zu steigern. Nach neuesten Verhaltensstudien greifen bereits 74% (Quelle: Mediaagentur Initiative) der Zuschauer während des Fernsehens zu ihrem „Second Screen“, sprich dem Smartphone oder Tablet. Davon informieren sich 36% (Quelle: TNS-Studie) online über das im TV beworbene Produkt, die meisten (80%) davon innerhalb von 90 Sekunden (Quelle: wywy) nach der Ausstrahlung des TV Spots. Das heißt, der Werbetreibende sollte exakt in diesem Zeitfenster die vom Zuschauer gewünschten Informationen auf seiner Website bereit halten. Um zeitgleich über verschiedene Screens hinweg die gleiche „Geschichte“ zu erzählen, werden in Echtzeit die Ausstrahlung des Werbespots erkannt und die hierzu passende Variante der Webseite ausgespielt. Genau hierfür hält die neue Integration von wywy und Optimizely eine Lösung parat.

So funktioniert's

Mit den A/B-Testing- und Personalisierungslösungen von Optimizely lassen sich auf die Fernsehwerbung abgestimmte Varianten der Webseite aufsetzen. Bei Ausstrahlung der Werbung erkennt die TV Sync-Technologie von wywy den Spot in Echtzeit und sendet einen Trigger an Optimizely, um die zum Spot passende Variante der Webseite zu aktivieren. Wenn ein Zuschauer direkt nach der Ausstrahlung des Spots auf die Webseite geht, wird automatisch statt der generischen Homepage die vorher erstellte, den Werbespot aufgreifende Variante ausgespielt.

"Die Wirkung von Werbekampagnen auf die digitalen Kanäle unserer Kunden optimieren wir bereits sehr erfolgreich. Durch die Zusammenarbeit mit wywy weiten wir unsere Optimierungsmaßnahmen auf den immer wichtiger werdenden Kanal 'TV' im Marketing-Mix aus. Unsere Kunden haben dadurch eine viel umfangreichere Möglichkeit, das Maximum aus ihren Werbeausgaben herauszuholen", sagt Frank Piotraschke, Head of Sales DACH bei Optimizely.

Wird beispielsweise ein bestimmtes Automodell gezeigt, kann der Anbieter das Modell direkt nach der TV-Werbung für einige Minuten prominent auf seiner Website präsentieren. Der Besucher der Website, der durch den Spot auf das Auto aufmerksam geworden ist, sieht auf diese Weise genau das, was ihn interessiert – ohne umständlich danach suchen zu müssen. So wird der Conversion Funnel erheblich kürzer.

"Das geänderte Nutzungsverhalten der Zuschauer, sich sofort online über ein beworbenes Produkt zu informieren, bietet eine Riesenchance für Werbetreibende. Bei Budgets in Millionenhöhe gilt es, dieses Potenzial schnellstmöglich zu realisieren. Mit Optimizely & wywy lassen sich TV-Werbung und Webseite super einfach synchronisieren, um über verschiedene Screens hinweg dieselbe Story zu erzählen. Genau das, was der Zuschauer heute erwartet", sagt Dr. Andreas Schroeter, Co-founder & COO wywy.

Die Ergebnisse der Integration in Kürze:

- Höhere Effizienz der Werbebudgets
- Höhere Conversions bei den Besuchern, die durch eine Fernsehwerbung auf ein Produkt aufmerksam geworden sind
- Einfaches, schnelles Anpassen der Webseite in Echtzeit ohne lange technische Entwicklung
- Einheitliche Botschaften in TV- und Online-Werbung
- Erstellung einer TV-Landingpage, die den Conversion Funnel verkürzt

Immer mehr Unternehmen werden sich der Vorteile datengestützter Optimierung bewusst. Durch die Integration von wywy und Optimizely ist diese Technik jetzt auch für TV-Tracking anwendbar. Mithilfe der erhobenen Daten werden die Marketing-Aktivitäten aus Online- und Offline-Welt vergleichbar. Es lassen sich Umsätze feststellen und der Return on Invest eines Werbespots ermitteln. So können Unternehmen ermitteln, ob der Aufwand den Effekt lohnt und welchen Kanälen sie im Marketing-Mix welche Aufmerksamkeit zuteil kommen lassen sollten. Multi-Channel-Marketing Kampagnen werden effektiver und insgesamt besser planbar. [s1]

Bildmaterial

Die Logos von Optimizely können hier heruntergeladen werden:

<http://design.optimizely.com/resources/downloads.html>

Die Logos von wywy können hier heruntergeladen werden:

<http://wywy.com/company/newsroom/#resources>

Quellen Studien:

Studie Mediaagentur Initiative: <http://meedia.de/2015/02/18/shoppen-statt-glotzen-second-screen-nutzung-waehrend-des-tv-konsums-steigt-immer-weiter-an/>

TNS-Studie: http://www.tns-infratest.com/presse/pdf/Presse/2015-08-27_tns_infratest_convergence-monitor_web-anwendungen.pdf

--

Über Optimizely

Optimizely ist eine der weltweit führenden Plattformen zur Optimierung der Benutzererfahrung und bietet A/B-Testing- und Personalisierungslösungen für Websites und Mobile Apps. Nutzerfreundlich und schnell zu implementieren, ermöglicht sie die Entwicklung und Durchführung von Tests, die die Grundlage für fundierte, datenbasierte Entscheidungen bilden. Optimizely erfüllt die unterschiedlichsten Anforderungen vieler Tausend Kunden, die ihren Nutzern eine perfekte Online-Erfahrung auf allen Plattformen bieten möchten. Bislang wurden mehr als 30 Milliarden optimierte Benutzererfahrungen von Optimizely-Kunden entwickelt und ausgespielt. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.optimizely.com/de.

Über die wywy GmbH

wywy hilft Unternehmen und Agenturen, den ROI ihrer TV-Werbung zu maximieren. Mittels der TV Sync-Technologie von wywy wird die Ausstrahlung von TV-Spots in Echtzeit erkannt, wodurch Werbetreibende die Wirkung ihrer Kampagnen messen, analysieren und optimieren können. Die Synchronisation von TV- und Online-Werbung öffnet außerdem einen interaktiven Rückkanal, über den Werbetreibende die Reichweite der TV-Werbung erhöhen und die Aufmerksamkeit von Second Screen-Nutzern zurückgewinnen. wywy ist in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Österreich, der Türkei und den USA aktiv.
<http://wywy.com>

Pressekontakt:

messerPR - Public Relations

Stephanie Messer

Tel: + 49-89-38 53 52 39

Mail: smesser@messerpr.com

Web: <http://www.messerpr.com>