

13.03.2017 – 09:01 Uhr

Smaato führt Self-Service-Feature Inventory Discovery ein: Mobile Advertiser erhalten bislang ungekannte Einsicht in Smaatos Publisher Inventar

Kalif. (ots) -

Durch das branchenweit erste Feature dieser Art haben Demand-Partner die Möglichkeit, neues mobiles Inventar mit granularen Targeting-Tools zu entdecken und so das gewünschte Publikum zu erreichen.

Smaato hat in dieser Woche das erste Inventory-Discovery-Feature der mobilen Werbebranche eingeführt und verschafft mobilen Werbetreibenden damit ganz neue Entdeckungs- und Targeting-Möglichkeiten für mobiles Werbeinventar auf der Smaato-Plattform. Was einst in einem manuellen Prozess bewerkstelligt werden musste, funktioniert nun automatisiert. Die über 450 Demand-Partner der globalen Real-Time-Monetarisierungs-Plattform verfügen so über ein höheres Maß an Kontrolle und profitieren von einer dramatischen Steigerung in Sachen Inventar und Engagement-Potenzial.

Das neue Inventory-Discovery-Feature der Smaato Demand Platform (SDX) automatisiert den Prozess der Identifizierung von mobilem Inventar mit einem Self-Service-Interface, durch das der Käufer die Kontrolle erlangt. Inventory Discovery bietet eine granulare Self-Service-Kontrolle, durch die programmatische Käufer ihre mobilen Werbeausgaben so gezielt und effizient wie möglich einsetzen können.

"Wir freuen uns, das Inventory-Discovery-Feature für SDX vorzustellen. Unsere Demand-Partner erhalten dadurch einen neuen Mehrwert und können für ihre Kampagnen neues Publisher-Inventar nahtlos identifizieren und ausrichten", so Ragnar Kruse, CEO und Mitgründer von Smaato. "Durch die Verbesserung unserer Plattform verfügen unsere Demand-Partner über ein höheres Maß an Kontrolle. Smaato schließt so die Lücke zwischen der Demand- und der Supply-Seite immer weiter, wodurch unser Gesamtangebot robuster und skalierbarer wird."

Neben der erheblichen Vereinfachung der Suche nach neuem mobilen Inventar bietet das Interface auch Möglichkeiten zum granularen Targeting, wodurch das für bestimmte Kampagnen und Ziele relevante mobile Inventar besser identifiziert werden kann. Dieses kann nach Zeit, Queries Per Second (QPS), Geografie, Ad-Format, Betriebssystem, Gerätetyp und weiteren Kriterien gefiltert werden. Sobald relevantes Inventar gefunden wurde, können mobile Werbetreibende mit nur einem Klick ein SDX-Line-Item kreieren und sofort Bid-Requests erhalten. Faktisch finden sie so auf Anhieb genau das gewünschte Zielpublikum, ohne dabei durch manuelles Sourcing neuer relevanter Publisher Zeit zu verschwenden.

Der Launch von Inventory Discovery folgt auf die Einführung von SDX, das Käufern die Möglichkeit verschaffte, ihren mobilen Advertising-Traffic mit einem stabilen Paket an Targeting-Tools zu optimieren. Seit ihrer Einführung im Juli konnte die SDX-Plattform ein signifikantes Wachstum verzeichnen. 100 Prozent von Smaatos Demand-Partnern nutzen mittlerweile diese Targeting-Tools, um ihre Kampagnen zu optimieren und Streuverluste zu reduzieren.

Für weitere Informationen über Smaato SDX und das neue Inventory-Discovery-Feature besuchen Sie bitte: <http://ots.de/pFJ53>

Über Smaato

Smaato ist die globale Real-Time Advertising Platform für mobile Publisher und App-Entwickler. Smaato betreibt die weltgrößte unabhängige Mobile Ad Exchange und leistet seit 2005 Pionierarbeit mit innovativen Mobile-First-Lösungen für Publisher. Smaatos Plattform erreicht monatlich weltweit über eine Milliarde unique mobile Users durch mehr als 90.000 Apps und mobile Websites. Smaato ist ein 2005 von einem erfahrenen internationalen Managementteam gegründetes und privat geführtes Unternehmen mit internationalem Hauptsitz im kalifornischen San Francisco und ist nun Teil der Spearhead Integrated Marketing Communications Group. Smaato ist mit einer europäischen Niederlassung in Hamburg sowie einer weiteren Niederlassung für den APAC-Raum in Singapur vertreten. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.smaato.com.

Folgen Sie Smaato auch auf Twitter unter @Smaato sowie auf Facebook unter www.Facebook.com/Smaato.

Kontakt:

DACH
Petra Rulsch PR
Strategische Kommunikation +
c/o Hogarth Worldwide GmbH
Große Bleichen 34
20354 Hamburg
Mobil: +49 160 944 944 23
Tel.: +49 40 4321 88 93
Email: pr@petra-rulsch.com
www.petra-rulsch.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100057347/100800085> abgerufen werden.