

07.08.2017 - 12:09 Uhr

Smaato integriert adsquare auf Exchange-Seite und ermöglicht 450 Demand-Partnern Zugriff auf globales Zielgruppen-Targeting in Echtzeit

Kalifornien (ots) -

Smaato ist die erste Programmatic Plattform, die adsquare-Daten auf Exchange-Seite integriert. Dies ermöglicht es den über 450 Demand-Partnern der Plattform, hyper-relevante mobile Zielgruppen im entscheidenden Mobile Moment zu erreichen.

Smaato, die führende globale, Real-Time Advertising Plattform für mobile Publisher und App-Entwickler, hat die Integration von Mobile Data Exchange adsquare in die Smaato Demand Platform (SDX) bekanntgegeben. Durch Smaatos exchange-seitige Integration mit adsquare können die über 450 mit SDX verbundenen Demand Side Plattformen (DSPs) und Demand-Partner von Smaato ab sofort hochwertige Echtzeit-Targeting-Daten nutzen, um hyper-relevante Zielgruppen im richtigen Moment mobil zu erreichen.

Smaato beliefert weltweit jeden Monat über eine Milliarde aktive mobile Nutzer mit bis zu 300 Milliarden Ad Impressions. Die Integration von adsquare in Smaatos SDX ermöglicht es, diese Transaktionen um Zielgruppendaten von erstklassigen Daten-Providern anzureichern. So können anonyme mobile Nutzer in vielschichtige Personen mit Interessen, Verhaltensweisen und Kaufabsichten umgewandelt werden - mit hoher Präzision und in Echtzeit. Über das maßgeschneiderte, benutzerfreundliche Self-Service-Interface von SDX können mobile Werbetreibende nun hunderte von hochwertigen Zielgruppensegmenten auswählen (z. B. Sportfans in Deutschland, Mütter in den USA oder Foodies in London). Sobald ein Zielgruppensegment ausgewählt ist, können Werbetreibende über SDX einen "Open Deal" erstellen - eine auf einer Deal-ID basierte Position zur Ansteuerung einer ausgewählten Zielgruppe. Mit dieser neuen Open-Deal-Funktion gibt Smaato DSPs und Agenturen mehr Kontrolle, indem ihnen in SDX Zielgruppen-Targeting sowohl für Open Auctions als auch für Open Deals ermöglicht wird.

"Audience Buying ist die Zukunft der mobilen Werbung. Smaato will seinen über 450 Demand-Partnern, die täglich Transaktionen auf unserer Exchange durchführen, präzisere, zuverlässigere und effizientere Möglichkeiten für mobiles Targeting zur Verfügung stellen", so Ragnar Kruse, CEO und Mitgründer von Smaato. "Aufgrund ihres Umfangs und ihrer Tiefe sind die adsquare-Daten die perfekte Ergänzung der Smaato-Exchange. Wir freuen uns über die Zusammenarbeit mit adsquare, im Zuge derer wir innovative neue Lösungen einführen, die es Werbetreibenden ermöglichen, durch hochwertiges Audience Targeting auf Basis von Standortdaten, Echtzeitdaten zur mobilen Nutzung und Daten zur Verhaltensentwicklung noch effektiver über eine Milliarde mobile Nutzer weltweit zu erreichen."

Werbtreibende und Demand-Partner hatten schon immer das Ziel, bestimmte mobile Zielgruppen zu erreichen, bislang waren sie jedoch gezwungen, sich beim Targeting dieser auf Proxys und Inferenzen zu verlassen. Da mobile Nutzerdaten jedoch immer ausgereifter und granularer geworden sind, können Werbetreibende nun sicherer über ihre Werbeausgaben entscheiden, wenn sie ausgewählte Nutzer ansprechen wollen. adsquares auf den mobilen Bereich fokussierten und zwölf Märkte umfassenden Zielgruppendaten (USA, UK, Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien, Dänemark, Schweden, Norwegen, Finnland, Österreich, Schweiz) bieten Demand-Partnern eine bislang unerreichte Präzision beim Targeting relevanter mobiler Nutzer in Echtzeit und helfen Publishern dabei, ihre Umsätze zu steigern.

"Dank unserer exchange-seitigen Integration, erhalten nun erstmals alle Demand-Partner von Smaato Zugang zu adsquares Datenportfolio. Unsere Zielgruppendaten basieren auf Mobile Advertising IDs, dem lokalen Kontext von Nutzern sowie deren App-Kontext. Die Aktivierung solcher Daten durch Deals und private Marktplätze stellt eine großartige Synergie dar, da sie Zielgruppendaten mit einem umfangreichen Brand-Safety Inventar kombiniert und gleichzeitig Data Leakage verhindert", berichtet Tom Laband, CEO und Mitgründer von adsquare.

Die Integration von adsquare folgt unmittelbar auf den Release von Smaatos Inventory-Discovery-Feature in SDX, das Demand-Partnern granulare Self-Service-Optionen bietet, die geschaffen wurden, um mobile Werbeausgaben für programmatische Käufer so gezielt und effizient wie möglich zu gestalten.

Über adsquare

adsquare ist ein unabhängiger Mobile Data Exchange für Programmatic Advertising, der Werbetreibende und Datenanbieter in einer sicheren und datenschutzkonformen Weise zusammenführt. Die Plattform wurde Mobile-First entwickelt, stellt Daten in Echtzeit zur Verfügung und ermöglicht es Werbetreibenden so, ein ganzheitliches Bild von ihrer Zielgruppe zu gewinnen und Nutzer im entscheidenden "Mobile Moment" anzusprechen. Der Einkauf von Daten, das Modellieren von Audiences und die Aktivierung auf der präferierten DSP findet über die Self-Service Audience Management Plattform von adsquare statt. Dies gibt Werbetreibenden volle Kontrolle und Transparenz für ihre Kampagnen. adsquare bietet Zugriff auf ein umfangreiches Portfolio an Datenanbieter - von Acxiom über Mastercard bis hin zu TomTom. Über den Private Marketplace können darüber hinaus Deals mit First-Party Datenanbietern wie App Publishern geschlossen werden. Die Plattform von adsquare arbeitet datenschutzkonform und wurde für den vorbildlichen Umgang mit Daten mit dem ePrivacyseal ausgestattet. Für mehr Informationen besuchen Sie unsere Website, folgen Sie uns bei Twitter oder schreiben Sie an info@adsquare.com.

Über Smaato

Smaato ist die führende unabhängige globale Real-Time Advertising Plattform und verbindet über 10.000 Advertiser, darunter 91 der Top 100 Ad Age-Marken, mit über 90.000 App-Entwicklern und mobilen Web-Publishern. Smaato managt bis zu 10 Milliarden mobiler Ad Impressions täglich und erreicht pro Monat über eine Milliarde Unique Mobile Users. Smaato wurde 2005 von den mobilen Pionieren Ragnar Kruse und Petra Vorsteher gegründet und verfügt neben seinem internationalen Hauptsitz in San Francisco über regionale Hauptniederlassungen in Hamburg und Singapur. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.smaato.com.

Folgen Sie Smaato auch auf Twitter unter @Smaato sowie auf Facebook unter <http://Facebook.com/Smaato>.

Kontakt:

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/100057347/100805485> abgerufen werden.