

22.09.2017 – 20:22 Uhr

Wenn Schönheit auf MarTech trifft - L'OREAL und Tencent enthüllen Marketing-Innovationen

Shanghai (ots/PRNewswire) -

Anfang dieses Monats erneuerten L'OREAL und Tencent auf einem Event zum Thema "Schönheit inspiriert durch MarTech" ihre Vereinbarung für einen gemeinsamen Business-Plan. Die beiden Parteien verkündeten außerdem die Markteinführung des Brand Data Center. Führungskräfte beider Firmen waren anwesend, einschließlich L'OREAL China CEO Stephane Rinderknech sowie Tencent COO Mark Ren.

Als weltweiter Marktführer in Sachen Schönheit schreitet die L'OREAL Group aktiv voran, um mit der Zeit Schritt halten zu können und neue Möglichkeiten des digitalen Marketings zu erkunden. Bereits 2011 begann das Unternehmen seine Kooperation mit Tencent, einem führenden chinesischen Anbieter im Internet. Seit 2013 erkunden die beiden Parteien gemeinsam unter der Joint Business Partnership-Vereinbarung (JBP) die Möglichkeiten des digitalen Marketings.

"L'OREAL war einer der ersten digitalen Werbetreibenden in der globalen Kosmetikindustrie", so Stephane Rinderknech. "Wir sind der Überzeugung, dass eine Partnerschaft mit Tencent, L'OREAL dabei helfen wird, für Veränderungen in China zu sorgen und dass wir durch Tencents Unterstützung unsere globale Vision umsetzen zu können. Wir beabsichtigen, zu 100% eine digitale Marke zu werden, zu 50% Verbraucherverhältnisse durch neue Medien aufzubauen und 20% Umsatz durch E-Commerce zu erzielen."

Sophia Ong, GM, Strategic Partnership & KA, Online Media Group, Tencent, wies auf "ONE Tencent" hin, ein systematisches Portfolio zu Marketinglösungen, das Tencent auf der Tencent MIND Konferenz, die kürzlich zu Ende ging, vorbrachte. Zu den Lösungsansätzen gehören das Koordinieren aller Tencent Marketingplattformen und das Erstellen eines inklusiven Ökosystems, was allen Beteiligten zugute kommt. "Während der dreijährigen JBP Kooperation wird Tencent L'OREAL mit individuellen Marketinglösungen zur Seite stehen. Dieses Mal werden wir die Partnerschaft als einen wichtigen Schritt zur Implementierung von ONE Tencent verwenden, um den Werbetreibenden aus der Kosmetikbranche mehr Möglichkeiten zu bieten und das Vermarktungspotenzial voll ausschöpfen zu können."

Mittels zahlreicher Plattformen und leistungsstarker Datentechnologie hat Tencent das Brand Data Center via MarTech, einem neuen Trend in der Branche, für L'OREAL maßgeschneidert. Auf der Basis von Präzisionserzielung durch Tencents Datenmanagement-Plattform beabsichtigt L'OREAL seine Verwendung von Daten durch die Nutzung von Tencents Vermögen an Sozialdaten und großen Datenmengen zu erweitern und seine Marketingmaßnahmen durch das Brand Data Center zu stärken. Damit werden drei Ziele verfolgt: größere Präzision, größere Effizienz und größere Rückverfolgbarkeit.

Das Brand Data Center wird L'OREAL vor allem dabei unterstützen, bessere Konversionen zu verwirklichen, unter anderem durch das Erhöhen der Zielgruppendichte sowie durch das Erreichen größerer Umsätze von potentiellen Märkten. Für Simulation und Erfolgskontrolle, für das rasche und effektive Identifizieren von Zielgruppen und geeigneter Ressourcen zur Verbesserung der Vermarktungseffizienz werden historische Daten und Algorithmen hinzugezogen. Genauere Rückverfolgbarkeit heißt Retargeting in Realtime, basierend auf Datenrückfluss während Werbeaktionen, um die Werbematerialien für die Zielgruppen optimieren zu können.

Neben dem Brand Data Center hat Tencent ein integriertes Datenvermarktungsinstrument, Inter-Trace, eingeführt. Als eine der innovativen ONE Tencent Lösungen kombiniert Inter-Trace Tencents Stärken bezüglich Inhalt, Datenmaterial und Technologie und koordiniert Kreation, Kommunikation und Konversion, um Werbetreibenden vollständiges, allumfassendes Datenmaterial bieten zu können und mit maßgeschneiderten Markenmarketing-Lösungen für Kunden aus unterschiedlichen Branchen aufwarten zu können.

Die Erkundung des digitalen Marketings hat L'OREAL mit seiner Vision und Vorgehensweise im Bereich des digitalen Marketings zum Marktführer gemacht. "Durch den Fokus auf digitale Aspekte wollen alle Werbetreibenden herausfinden, wie Markenentwicklung auf faire und transparente Weise erfolgen kann", so Michael Zhang, Media Director von L'OREAL China. "In früheren Partnerschaften zwischen L'OREAL und Tencent war die strikte Ablehnung von Traffic-Betrug eine wesentliche Komponente. Durch unsere gemeinsamen Bemühungen hoffen wir, den Weg für eine positive Entwicklung zu ebnen, Datenmaterial glaubhafter zu machen,

Zusammenarbeit transparenter zu gestalten und für ein faireres Umfeld zu sorgen."

Mit dem Aufkommen von Internet und Kosmetik stehen L'OREAL und Tencent, beide Marktführer in ihrer jeweiligen Branche, an der Spitze von Technologie und Datenentwicklung in China, schaffen neue Möglichkeiten und setzen mehr technikbefähigte Arten der Kosmetikvermarktung in Gang.

Kontakt:

Qi Yue

Tel.: +86 10 8520 3190

yue.qi@ogilvy.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100062689/100807174> abgerufen werden.