

Zur Vollversion wechseln



extradienst

Toggle navigation



©Volvo Car Austria/ Mediaagentur Mindshare

Mindshare innovativ für Volvo

Die Agentur setzt für den Volvo-Konfigurator auf individualisierte Banner in Echtzeit.

Für den Volvo-Konfigurator kommen im Rahmen einer Performance-Kampagne erstmals in Echtzeit erstellte Banner zum Einsatz. Beim Konfigurieren wählen Interessierte online ihr Wunschauto aus und legen auch in Eigenregie die Lackierung, Motorisierung und zahlreiche Extras fest. Damit können sie ein Angebot online anfragen oder direkt zum Händler gehen. Das Mindshare Performance-Team rund um Mindshare Managing Director Digital Performance Christoph Truppe setzt als erste für Volvo im deutschsprachigen Raum ein Dynamic Creative Optimization-Projekt für E-Commerce Zwecke um.

Der Autointeressierte hinterlässt mit seiner Einwilligung Datenpunkte. Anhand dieser baut sich ein Banner beim Ausspielen datenbasiert in Echtzeit, angepasst und personalisiert aufgrund definierter Targeting-Kriterien dynamisch auf. Um das positive Nutzungserlebnis zu steigern, haben die Performance-Experten die Datenpunkte entlang der User Journey von jeder Auto-Konfiguration gezielt gesetzt. So haben die Autofahrer den Vorteil, direkt in eine Konfiguration wieder einsteigen zu können ohne den ganzen Prozess von vorne beginnen zu müssen, wenn sie bei diesem einmal ausgestiegen sind.

„Durch die individualisierten Onlineanzeigen ist eine noch persönlichere Zielgruppen-Ansprache möglich, für die wir adaptiv gezieltes Targeting und Re-Targeting einsetzen“, so Truppe.

DK

Bildcredit: Volvo Car Austria/ Mediaagentur Mindshare

Drucken:

[Zurück zur Startseite \(ED Aktuell\)](#)



