

Wie kann kontextuelle Werbung noch besser relevante Zielgruppen erreichen?



München/Madrid, 30. September 2021 — [Seedtag](#), der Marktführer für Contextual Advertising in Europa, gab heute den Start für Seedtag LAB bekannt. Seedtag LAB ist ein Programm, mit dem Marken den Nerv ihrer Zielgruppe treffen, ohne Cookies zu verwenden. Der Mehrwert der Plattform liegt darin, dass Werbetreibende ihr Zielpublikum verstehen und gleichzeitig die Privatsphäre der User bewahren.

Die Werbebranche braucht aktuell neue Wege, um ihre Kundinnen und Kunden zu identifizieren und anzusprechen – und hier kommt Seedtag LAB ins Spiel. Seedtag LAB hilft Marken, kontextuelle Werbung einfach umzusetzen und bei der Transformation zu unterstützen.

Welchen Mehrwert bietet Seedtag LAB?

Im Rahmen von LAB bekommen Kundinnen und Kunden kontextuelle Insights und Analyseergebnisse, die sie zur Optimierung und Maximierung des Kampagnenerfolgs nutzen können. Diese basieren auf Seedtags proprietärer Contextual KI-Technologie LIZ©. Mit ihr wird zunächst eine maßgeschneiderte Content-Strategie erstellt, um die Interessen der Nutzerinnen und Nutzer zu verstehen. So kann die kontextuelle Zielgruppe ohne Cookies definiert werden.

Seedtag LAB verkörpert zudem die nächste Stufe für die 100-prozentige Integration des deutschen Werbespezialisten Recognified, den Seedtag Anfang des Jahres übernommen hat.

Wie funktioniert Seedtag LAB?

Das LAB-Programm basiert auf dem Fachwissen sowie den Daten von Seedtag. Werbetreibende verstehen so besser die Bedürfnisse und das Nutzerverhalten ihrer Verbraucherinnen und Verbraucher. Seedtag nutzt seine Daten, um markenspezifische, kontextuelle Segmente zu bilden und ein Content-Universum zu erschaffen. So können Marken ihre Werbung gezielter platzieren und gleichzeitig die Wettbewerber verstehen, um sich gezielt von ihnen abzusetzen. Dadurch, dass die Anzeigen exakt mit dem Echtzeit-Interesse der User übereinstimmen, ist die Wirkung hoch.



Seedtag LAB unterteilt sich in drei Hauptphasen

1. **Pre-Campaign:** Hier wird das kontextuelle Universum erstellt, um Trends zu identifizieren, die Content-Strategie zu entwickeln und Werbemittel zu kontextualisieren.
2. **Start der Kampagne:** Seedtag LAB spielt die Anzeigen an den relevantesten Stellen im Seedtag-Netzwerk aus. Dies ist so optimiert, dass es maximale Ergebnisse erzeugt und gleichzeitig die Hauptziele des Kunden im Auge behält. Ein wöchentliches Reporting und eine Mid-Campaign-Learning-Session stellen den Erfolg sicher.
3. **Auswertung:** Sobald die LAB-Kampagne abgeschlossen ist, können die Ergebnisse anhand einer Reihe von Auswertungen analysiert werden. Diese reichen von der Messung der Wahrnehmung der User bis hin zu Einblicken und Wettbewerbsanalysen.

Denn: Eine datenschutzfreundliche Kommunikation ist erst effektiv, wenn Marken ihre kontextuellen Zielgruppen verstehen. Brands können das durch die Technologie und Datenbank von Seedtag LAB. So entsteht ein Content-Universum, um Kampagnen auf Grundlage der individuellen KPIs zu formen.

Jorge Poyatos, Gründer und Co-CTO von Seedtag, erklärt:

„Die Veränderungen in der Werbeindustrie zwingen die Marken, Cookie-freie Wege zu finden. Aus diesem Grund ist Contextual Advertising der effektivste Weg, um User im Web anzusprechen. Viele Plattformen versuchen, kontextuelle Möglichkeiten zu nutzen und beginnen, einzelne URLs zu verstehen. Die kontextuelle KI von Seedtag geht nach sieben Jahren in der Branche einen Schritt weiter: Sie bietet Marken kontextuelle Informationen auf Netzwerkebene, um sie bei der Zielgruppendefinition zu unterstützen, welche die Effektivität ihrer Kampagnen maximieren.“

Paul Goldbaum, CTO bei Seedtag, sagt:

„Wir haben LAB ins Leben gerufen, um unseren Kundinnen und Kunden die Möglichkeit zu geben, die volle Leistungsfähigkeit unserer kontextuellen KI LIZ zu nutzen. Es ist ein Programm für Marken, die das Beste aus kontextueller Werbung herausholen wollen. Mit Seedtag LAB wollen wir sicherstellen, dass unsere Partnerinnen und Partner mit Usern kommunizieren, dass sie in den relevantesten Inhaltsumgebungen erscheinen und das komplett datenschutzkonform.“

Seedtag LAB wird am 30. September um 17 Uhr im Rahmen eines Livestream-Launch-Events mit den CEOs von Seedtag, Albert Nieto und Jorge Poyatos, CTO Paul Goldmann und Emilia Kirk, Global Head of Growth, vorgestellt. Der Link zur Anmeldung: <https://info.seedtag.com/contextual-universe>

Über Seedtag

[Seedtag](#) ist das führende Unternehmen für kontextbezogene Werbung. Die Spezialisten für Online-Werbung entwickeln hocheffiziente und ansprechende Lösungen für relevante visuelle Premium-Inhalte, die das Targeting und die Umsätze für Publisher und werbetreibende Marken steigern. Die kontextuelle KI des Unternehmens ermöglicht es Marken, mit Verbrauchern innerhalb ihrer Interessenwelten auf einer Cookie-freien Basis in Kontakt zu treten.

Seedtag wurde 2014 in Madrid von zwei Ex-Google-Managern gegründet, die das Beste aus redaktionellen Bildern herausholen wollten. Heute ist es ein globales Unternehmen mit mehr als 180 Mitarbeitern und einer internationalen Präsenz mit Niederlassungen in Spanien, Frankreich, Italien, Großbritannien, Benelux, Deutschland, Mexiko, Brasilien und Kolumbien.

Mehr Informationen:
Rocío Martínez de Carlos
PR Coordinator
rociomartinez@seedtag.com
+34 628533468

Anton Martić
Rotwand Digitale PR GmbH
anton.martiac@rotwand.net
+49 (0) 89 7167223-10

