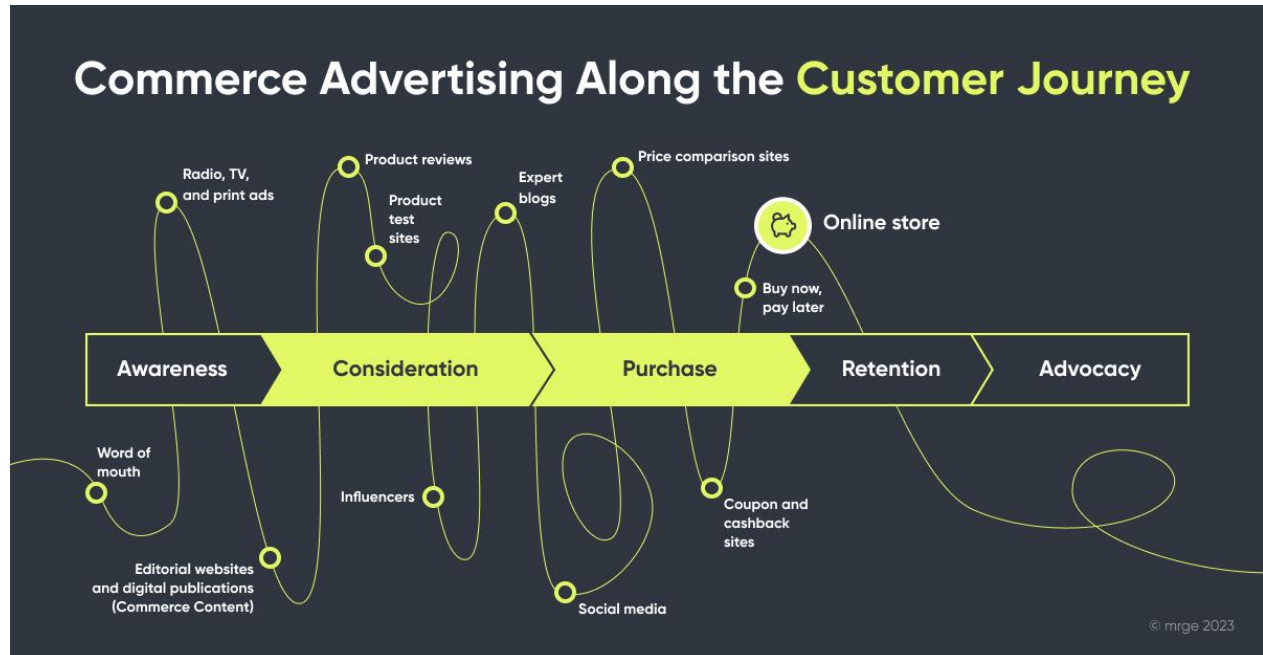


Pressemitteilung

Commerce Advertising auf einen Blick: Digitale Werbung entlang der Customer Journey

Hamburg, 9. Januar 2023 – Im September 2022 hat die E-Commerce-Marketing-Plattform mrge den neuen Gattungsbegriff Commerce Advertising in das Ökosystem von Commerce Content, Performance Marketing und Affiliate Marketing eingeführt. Der Oberbegriff steht für Maßnahmen aus dem digitalen Marketing, mit denen Werbetreibende ihre Zielgruppen während der Customer Journey in der Vorkaufphase „Information“ (Consideration) und der Transaktionsphase „Kauf“ (Purchase) erreichen. Jetzt veröffentlicht mrge eine Grafik, mit der Verantwortliche im Marketing auf einen Blick erkennen können, welche Tools und Technologien sie in diesen kaufentscheidenden Phasen einsetzen können.

Die Grafik bringt erstmals die Customer Journey mit den digitalen Marketing-Maßnahmen zusammen, die sich auf die Performance von Werbetreibenden auswirken und die Erlöse steigern.



© mrge

Nikolaus Spitzky, General Manager und SVP Advertiser von mrge, kommentiert: „Für Marketingverantwortliche ist es wichtig zu erkennen, wo sie kaufentscheidende Impulse setzen können. In der Betrachtung der Customer Journey fehlten bisher genau die Maßnahmen, die die Performance treiben und sich positiv auf einen Kauf auswirken. Mit

der Grafik füllen wir diese Lücke. Wir zeigen, welche Tools und Technologien in der Phase der Informationsbeschaffung und welche in der Phase kurz vor dem Kauf gezielt wirken und eine Transaktion triggern.“

Die Vorkaufphase (Consideration): Information und Recherche

Die Suche nach Produkten findet zunehmend im Internet statt. Redaktionelle Angebote wie Berichte zu Produkten, Produktvergleiche, Kommentare von Experten auf Webseiten von Publishern, in Blogs, Foren und in Social Media wie auch die Meinungen von Influencern sind wichtige Anlaufstellen für die Informationsbeschaffung. Um in dieser Phase präsent zu sein und potenzielle Käufer für sich zu gewinnen, setzen Werbetreibende diese digitalen Marketing-Tools ein:

- Shopping Ads und Shopping Widgets
- Präsenz in Produktvergleichsseiten
- Affiliate Links in den Commerce-Content-Angeboten von Publishern
- Empfehlungen in Social Media, Blogs und Foren

In dieser Phase fällt eine Vorauswahl und es folgt die Transaktionsphase.

Elemente der Transaktionsphase (Purchase):

Je konkreter die Entscheidung für ein Produkt, desto näher kommt die Auswahl für den Shop, in dem das Produkt erworben werden soll. Die richtige Commerce-Advertising-Strategie des Werbetreibenden unterstützt auch hier den potenziellen Käufer. Der beste Preis und die besten Rabatte sind entscheidende Kriterien vor einem Produktkauf. Als Maßnahmen von Werbetreibenden, die einen Vorteil gegenüber Mitbewerbern erreichen möchten, wirken jetzt Preisvergleichsseiten und Coupons oder Gutscheine.

Commerce Advertising für Publisher

Die Möglichkeiten von Commerce Advertising sind auch für Publisher wichtig. Viele der Tools und Technologien lassen sich zusätzlich zum eigenen redaktionellen Angebot integrieren und führen zu weiteren Erlösen. Besonders die Strategie Commerce Content, also Inhalte, die zum Zweck der Monetarisierung mit Affiliate Links versehen werden, ist für datengetriebene Publisher eine Chance, jenseits von Onlinewerbung mit Werbetreibenden zu interagieren. Auch Produktvergleichsseiten sowie Coupon- und Cashbackseiten sind hier relevant.

Über mrge

mrge ist die weltweit führende Plattform für Commerce Advertising und verbindet mehr als 5.500 Publisher, 50.000 Werbetreibende und 100 Netzwerke in über 160 Ländern. Im Jahr 2021 generierte die Gruppe knapp drei Milliarden Affiliate Links für ihre Publisher-Kunden, was zu zusätzlichen E-Commerce-Umsätzen von mehr als zwei Milliarden Euro für ihre Advertiser-Kunden führte. Durch die Verschmelzung intelligenter Tools, Technologien und Formate



bringt mrge Kampagnenbotschaften näher an den Content heran und schafft so Mehrwert für Publisher, Werbetreibende und Nutzer gleichermaßen.

mrge bündelt die Stärken von drei marktführenden Unternehmen: digidip, das sich auf Premium-Publisher mit hohem Traffic konzentriert, shopping24, das Lösungen für Produktempfehlungen anbietet, und Yieldkit, das eine hohe Reichweite und Performance bietet. mrge wird von der Private-Equity-Investmentgruppe Waterland als Mehrheitseigner unterstützt und von CFO Michael von Stern, CTO Nils Grabbert und CCO Tobias Conrad geleitet. mrge hat Büros in Hamburg und Berlin und beschäftigt rund 120 Mitarbeiter.

<https://www.mrge.com/>

Pressekontakt mrge:

Susanne Weller

T: +49 172 308 41 36

E: s.weller@weller-media.com