




Telefónica auf der dmexco 2014: Neue Dimensionen digitaler Werbetrends

Telefónica auf der dmexco 2014: Neue Dimensionen digitaler Werbetrends
In Köln endet gerade die dmexco. Unter dem Motto Entering new Dimension brach Europas größte Messe für die Digitale Industrie in diesem Jahr alle bisherigen Besucherrekorde. Firmen wie Facebook, Google oder Microsoft präsentierten ihre neuesten Entwicklungen aus Bereichen wie Native Advertising, Marketing-Automation oder Mobile Marketing. Auch Telefónica gehörte mit seinen Location Based Services und dem mobilen Bezahlen zu den Trendsettern der dmexco 2014. Am 10. und 11. September zeigte es sich: Digitales Marketing boomt. Die Branche demonstrierte, was in den neuen Dimensionen alles möglich ist. Yahoo zeigte beispielsweise, wie Native Advertising funktioniert, eBay präsentierte sein neuen Shopper-Targeting und Google veranschaulichte eindrucksvoll, wie sie mit intelligenten Suchdiensten, lokalen Mehrwertangeboten, den neuesten Wearables und Selbstfahrenden Autos den digitalen Markt erobern wollen. Lokale Mehrwertdienste: Ermöglichen standortbasierte Werbung Nicht nur bei den Ausstellern und Rednern der Konferenz wurde der Trend zu den lokalen Werbemaßnahmen und Services deutlich, auch die offizielle dmexco-App nutzte Standortinformationen für gezielte Informationen: Hatte ein Messebesucher seine Bluetooth-Funktion aktiviert, bekam er über Beacons Ankündigungen und Gutscheine zur Messe in seinem unmittelbaren Umkreis. Auch Telefónica setzt auf standortbasierte Mehrwertdienste und demonstrierte an seinem Stand mit O2 More Local, wie Location Based Advertising funktioniert. Zudem erläuterte Telefónica anhand ausgewählter Beispiele die Anwendungsmöglichkeiten und die Werbewirksamkeit von O2 More Local. Bei O2 More Local erhalten O2 Kunden über ihr Mobiltelefon zur richtigen Zeit am richtigen Ort attraktive Vorteilsangebote aus ihrer unmittelbaren Umgebung und können die auf ihre Interessen zugeschnittenen Vorteile je nach Angebotsgestaltung direkt im Einzelhandel an der Kasse einlösen. Neu bei dem Location Based Service von Telefónica ist die Wetterkomponente, bei der interessante Produktinformationen oder besondere Angebote nicht nur standortbasiert, sondern auch passend zum aktuellen Wetter zugestellt werden. Dieser Service wird auch über netzclub local angeboten. Telefónica-Cola: Einfach mobil bezahlen mit mpass Nachdem die Besucher von O2 More Local auf den Messestand gelockt wurden, konnten sie das beworbene Produkt, in diesem Fall eine Auswahl von Getränken, direkt mit der mobilen Bezahlmethode mpass am Getränkeautomaten von Telefónica bezahlen. Die steigende Nachfrage nach digitalen Mehrwertdiensten wurde auch durch zahlreiche Angebote im Bereich mobile Commerce und mobile Payment deutlich. Mit mpass griff Telefónica damit einen weiteren Schwerpunkt der Messe auf. Standbesucher konnten am Getränkeautomaten bei Telefónica selbst testen, wie einfach das Bezahlen mit mpass funktioniert. mpass ist ein offenes mobiles Bezahlsystem, mit dem sich Einkäufe im Internet oder im Geschäft kontaktlos über NFC, sicher und bequem über ein Mobiltelefon tätigen lassen. Darüber hinaus können mpass-Kunden untereinander mit dem Service Geld senden und somit schnell und unkompliziert Überweisungen von Handy zu Handy vornehmen. Telefonica o2 Germany GmbH Co. OHG Georg-Brauchle-Ring 23-25 80992 München Deutschland Telefon: +49(0)89 2442-1201 Telefax: +49(0)89 2442-1209 URL: <http://www.telefonica.de/> 

Pressekontakt

Telefonica o2 Germany

80992 München

telefonica.de/

Firmenkontakt

Telefonica o2 Germany

80992 München

telefonica.de/

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage