iQU übernimmt Multiplattform-Game-Analytics-Anbieter HoneyTracks

iQU übernimmt Multiplattform-Game-Analytics-Anbieter HoneyTracks

Integrierte Big-Data-Marketing-Lösungen für alle Spiele-Entwickler
iQU und HoneyTracks haben eine Vereinbarung zur Übernahme von HoneyTracks durch iQU für eine nicht genannte Summe getroffen. Die Akquisition von HoneyTracks demonstriert erneut iQUs Zielsetzung, Spieleentwicklern und Publishern ein vollständiges Paket von Echtzeit-Lösungen für den gesamten Bereich Kundenakquise, Retention und Monetarisierung (ARM: Acquisition, Retention, Monetization) anbieten zu können. Die Fusion der beiden Unternehmen lässt die leistungsstärkste Performance Marketing- und Echtzeitanalyse-Lösung der Games-Branche entstehen. iQU bietet seinen Kunden nun eine Echtzeit-Darstellung über die gesamte Historie eines Spielers, beginnend mit dessen Identifizierung bei Anmeldung im Spiel und über den kompletten Spielzyklus. Das Unternehmen kann seinen Kunden so Einblicke darüber vermitteln, wie Schlüsselkomponenten - z.B. Spielerkohorten, virtuelle Güter und Level-Aufstieg innerhalb eines Spiels - über alle Kanäle hinweg funktionieren. Dies hat zudem einen direkten positiven Einfluss auf die Marketing-Rentabilität des Kunden und den Wert seines Portfolios. Kunden profitieren dadurch von verbesserten, zielgerichteten Real-Time-Bidding-Werbe-Kampagnen (RTB), der erhöhten Anzahl von In-Game-Events und der besseren Spieler-Einbindung.
Seit der Gründung vor drei Jahren hat sich iQU auf die Unterstützung von Spieleentwicklern und Publishern konzentriert, damit diese den Wert ihrer Spiele steigern können. Der Fokus liegt dabei auf der Spielerakquise. Auf seiner hochmodernen Marketing-Plattform arbeiten die erfahrenen Teams von iQU zusammen mit Tausenden von verbundenen Netzwerkpartnern weltweit, um Kunden mit einzigartigen CPA- und CPI-Marketing-Lösungen zu bedienen. Als einer der Hauptpartner für Kundenwerbung vieler führender Spiele-Unternehmen, darunter Electronic Arts, Wargaming und Kabam, hat sich iQU als einer der führenden unabhängigen Spezialisten für vertikales Performance-Marketing für AAA- und AA-Spiele-Entwickler etabliert. Aktuell handhabt die iQU-Plattform mehr als 250 Games und hilft den Kunden, mit mehr als 70 Millionen Gamern pro Monat zu interagieren. Seit seiner Gründung hat iQU mehr als 1 Milliarde US-Dollar an Umsatz für seine Kunden gebracht.
HoneyTracks hat das umfangreichste Paket von SaaS-basierten Big-Data-Analytics-Lösungen für Spiele entwickelt. Es bedient die Plattformen iOS, Android, Windows Mobile, Social Media, Browser und PC- / Mac-basierte Titel. Die Cloud-Plattform mit erweiterter Erfassung von User Events dokumentiert die gesamte Spieler-Historie und verarbeitet dabei effizient große Mengen von In-Game- und externen Daten. Das System stellt über 100 verwertbare Metriken in Echtzeit zur Verfügung, so dass Entwickler die Monetarisierung und Rentabilität der Spiele optimieren können. Das Unternehmen arbeitet mit Entwicklungsstudios aller Größen zusammen - von jungen Start-Ups bis zu Groß-Publishern mit mehreren IPs. HoneyTracks SDKs lassen sich einfach integrieren und sind plattformunabhängig. Die Plattform verarbeitet pro Tag mehr als 250 Millionen Nutzerereignisse von über 100 Games weltweit. Das Unternehmen hat zahlreiche Auszeichnungen erhalten, u.a. von IBM, SAP und German Silicon Valley Accelerator.
Durch ihren Zusammenschluss verfügen iQU und HoneyTracks über die benötigte Verkaufs- und Marketinginfrastruktur, um die Entwickler-Community stärker durchdringen zu können. Sie bieten zudem Dienstleistungen sowohl extern als auch vor Ort an und helfen Entwicklern bei Verständnis, Analysen und der Ressourcenplanung, um im Bedarfsfall die Software-Entwicklung drastisch beschleunigen zu können, wenn die Auslieferung neuer Produkte bevorsteht. Entwickler und Publisher haben per Drill-Down-Menu in Echtzeit einen Überblick über das Verhalten von individuellen Spielern und können Spielersegmentierungen und -kohorten über mehrere Kriterien und Plattformen hinweg erstellen. Außerdem erhalten sie nun ein klares Verständnis der Spielleistung, können Monetarisierungs-Mechanismen verbessern, Marketing-Kampagnen mit gezielten Spieler Aquisitions-KPIs starten und die Performance von neuen und bestehenden Spielern vergleichen. Sie erhalten zudem eine Übersicht über die Leistung ihrer Marketing-Kampagnen und können auf deren Ergebnisse in Echtzeit reagieren.
Die Einbindung verfügbarer Marktdatenquellen wie App Annie, Nielsen und Newzoo sowie die Verwendung benutzerspezifischer Datenanreicherungs-Quellen wie Acxiom und Superdata, versetzt iQU zudem in die Lage, Kunden effektivere Werbelösungen anzubieten, beispielweise verbessertes RTB und Zugang zu Werbenetzwerken Dritter. Damit erreichen diese die richtigen Zielgruppen über mehrere Plattformen hinweg und erhalten dabei wertvolle Benchmarks zur Nutzung von Desktops und mobilen Plattformen. Das Unternehmen plant zudem, integrierte Marketing-Lösungen für seine Kunden zu starten, die auch Spiele-Streaming-, Abo- oder Entwicklungs-Dienste wie Steam und Unity nutzen.
Reinout te Brake, Gründer von iQU, erklärt: "Der gesamte Spiele-Markt wird auf etwa 70-80 Milliarden US-Dollar jährlich geschätzt und wächst schnell. Es gibt Hunderttausende aktive Spiele-Entwickler und der Wettbewerb um die richtigen Spieler ist intensiv. Gute Spieler zu gewinnen kann vor allem im Mobilbereich sehr teuer für Entwickler sein und nur wenige können mit ihren Marketingausgaben einen positiven ROI generieren. Mit HoneyTracks bauen wir weiter an unserem zentralen Vorhaben, unseren Kunden mehr Nachvollziehbarkeit ihres Marketings und Einblicke in das Verhalten ihrer Spieler zu ermöglichen. Sie haben nun die Möglichkeit, die Wirksamkeit ihrer Akquisitionskanäle zu beurteilen, Spielmechanismen mit der Hilfe von Analysen zu verbessern und gezielte plattformübergreifende Marketing-Kampagnen für Markteinführungen zu starten. Dabei können sie die jeweiligen Ergebnisse sofort beurteilen."
"Die richtige ARM-Strategie, ein idealer Spieler-Mix und kontinuierliche Optimierung wichtiger Monetarisierungs- und Fortschritts-Punkte im Spiel sind einige der kritischen Marketing- und Produkt-Faktoren, um ein Spiel in verschiedenen Segmenten und Regionen erfolgreich zu machen", sagte Jochem de Gruyter, CEO von iQU. 'Wir waren sehr beeindruckt von HoneyTracks Wissen über Spiele-Performance und von ihrer Leidenschaft, innovative Produkte für die Spiele zu entwickeln. Wir bieten unseren bestehenden und künftigen Kunden jetzt Lösungen der Spitzenklasse an, die ihnen helfen, ihre Monetarisierung zu erhöhen, indem sie die richtigen Spieler anziehen, ansprechende Inhalte kreieren und die Anzahl von In-Game-Events erhöhen. Seit Beginn des Unternehmens haben wir unser organisches Wachstumsvermögen unter Beweis gestellt. Dieser Geschäftsabschluss hilft uns als Teil unserer nicht-organischen Wachstumsstrategie, unsere Unternehmensziele zu erreichen und wir freuen uns sehr, unseren Kunden weitere einzigartige Spiele-Marketing-Lösungen zu bieten."
"Wir sind sehr stolz auf die Fusion von HoneyTracks mit iQU. Die Kombination aus ihrem engagierten und professionellen Team mit unserer gemeinsamen Vision hat uns überzeugt, dass sie für uns der ideale Partner sind. Wir sind hocherfreut unseren Kunden jetzt durch unsere gemeinsamen Ressourcen zusätzliche Upgrades und Lösungen bei schnellerer Markteinführung bieten zu können. Gemeinsam werden wir unsere Kunden dabei unterstützen, ihre Spiele während der gesamten Lebenszeit noch besser zu optimieren - sowohl dadurch die richtigen Spieler mit dem für sie passenden Spiel zusammenzubringen, als auch durch Kunden-Bindung und -Einbindung, wodurch der Marketing ROI für die Spiele-Entwickler höher und schneller erreicht wird.", sagte Sebastian Lagemann, Mitbegründer von HoneyTracks, der iQU als neuer CTO beitritt.
Über iQU (www.iqu.com)
iQU ist der bevorzugte Marketing-Partner für den wachsenden Markt der mobilen und Online-Spiele. Mit unserer Games-Kenntnis und Erfahrung, unserer selbst entwickelten Marketing-Plattform und integrierten Lösungen, sind wir in der Lage, qualitativ hochwertige Spieler zu liefern und in Verbindung mit Premium-Traffic-Quellen und -Medien das globale Wachstum für Spiele-Entwickler und Publisher zu unterstützen. Mit seinem Hauptsitz in Haarlem, Niederlande, und einer wachsenden Präsenz in San Francisco, USA, hat IQU sich als einer der führenden unabhängigen Spezialisten für vertikales Marketing für AAA + / AA-Spiele-Entwickler und Publisher etabliert.
Über HoneyTracks (www.honeytracks.com)
HoneyTracks wurde von Mark Gazecki, Sebastian Lagemann und Tom Sente in München gegründet. Das Unternehmen bietet mit über direkt einsatzbereiten 100 Metriken den umfassendste Games-Analytics-Service für Online-Spiele auf allen Plattformen. Die Fähigkeit, die Spieler in Echtzeit in unzählbare Segmente und Gruppen aufteilen und darstellen zu können, ist ein einzigartiges Angebot im Bereich der Analyse-Dienste. Der Service hilft Unternehmen, Marketing, Retention, Monetarisierung und die Rentabilität der Spiele zu optimieren. HoneyTracks zählt große und kleine Spieleentwickler und Publisher aus der ganzen Welt zu seinen Kunden. Heiko Huberts, Gründer von Bigpoint, ist einer der ersten Investoren des Unternehmens.<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=572670" width="1" height="1">

Pressekontakt

iQU

82178 Puchheim

manuel.kuck@axicom.com

Firmenkontakt

iQU

82178 Puchheim

manuel.kuck@axicom.com

iQU ist der bevorzugte Marketing-Partner für den wachsenden Markt der mobilen und Online-Spiele. Mit unserer Games-Kenntnis und Erfahrung, unserer selbst entwickelten Marketing-Plattform und integrierten Lösungen, sind wir in der Lage, qualitativ hochwertige Spieler zu liefern und in Verbindung mit Premium-Traffic-Quellen und ?Medien das globale Wachstum für Spiele-Entwickler und Publisher zu unterstützen. Mit seinem Hauptsitz in Haarlem, Niederlande, und einer wachsenden Präsenz in San Francisco, USA, hat IQU sich als einer der führenden unabhängigen Spezialisten für vertikales Marketing für AAA + / AA-Spiele-Entwickler und Publisher etabliert.