



Exponential startet Video Driven Experiences (VDX)

Markenerlebnis auf allen Screens - Exponential startet Video Driven Experiences (VDX), ein Videoformat, das sich auf allen Bildschirmformaten optimal anpasst - Gleichzeitig erfolgt die Einführung eines neuen Preismodells -> Zielgruppen können noch tiefer und authentischer eingebunden werden -> Exponential Interactive, einer der mit über 706 Millionen Nutzern jeden Monat, weltweit größten Anbieter für digitale Werbelösungen, geht ab dem 15. Juli mit einem eigenen, auf verschiedene Bildschirmgrößen anpassbaren, Videoformat auf den deutschen Markt. Zeitgleich führt der Anbieter das neue Preismodell CPME ein, das Sichtkontakte und Interaktion zusammenführt, und den Handel mit Videowerbung für alle Marktteilnehmer vereinfacht. -> Das neue Videoformat Video Driven Experiences (VDX) nutzt die Stärken von TV-Werbung, erhöht deren Schlagkraft durch die Vorteile der digitalen Interaktion und erlaubt es Werbekunden, die Zielgruppe "multiscreen" zu erreichen. -> Immer mehr Verbraucher nutzen digitale Endgeräte, dementsprechend wächst das Interesse Werbetreibender an wirksamer und markeneinheitlicher Videowerbung auf diesen Geräten, um Endverbraucher mit überzeugenden Videokampagnen anzusprechen. Dies bietet VDX. Das neue Videoformat ist "multiscreen" verfügbar - ob In-Page, mobil (über Tablets oder Smartphones) oder In-Stream - und schafft auf allen Geräten mittels einer einheitlichen interaktiven Gestaltung exakt das gleiche intensive und einheitliche Markenerlebnis. Beispiele für VDX-Formate von Exponential sehen Sie hier. -> Doug Conely, Chief Strategy Officer Exponential erläuterte: "In einem Video lässt sich die Botschaft einer Marke hervorragend kommunizieren. Wenn man den Verbraucher selbst entscheiden lässt, ob er sich mit der Werbebotschaft einer Marke beschäftigen will, ist das Erlebnis noch positiver und wirksamer als eine herkömmliche passive Nutzererfahrung, die mit forcierten, nicht-interaktiven, simplen Video-Ads einhergeht." -> Einführung des Preismodells CPME -> Mit dem Launch von VDX führt Exponential das neue Preismodell "CPME", das CPM (Cost per Mille) und CPE (Cost per Engagement) optimal kombiniert, ein. Es dient dazu, Werbetreibenden und Publishern den Handel mit Video-Werbung zu vereinfachen. CPME setzt sich aus Sichtkontakten und Interaktionen zusammen und schafft somit volle Kostentransparenz in der Abrechnung aller Berührungspunkte mit dem Verbraucher. Das Preismodell rechnet automatisch nach CPE (Cost per Engagement) ab, sobald sich der Nutzer mit der Video-Anzeige näher beschäftigt. Er berührt beispielweise den Bildschirm, um die Videoanzeige zu vergrößern, oder klickt auf das Werbemittel, um ein Spiel zu spielen. -> Das folgende Beispiel erläutert das CPME-Preismodell: Wird ein Videoanzeigen-Motiv von 1.000 Konsumenten aufgerufen und 100 Nutzer beschäftigen sich näher mit dem Werbemittel, stellt Exponential 900 Impressions (CPM) in Rechnung und rechnet 100 Engagements (CPE) ab. -> "CPME vereint das Beste aus zwei Welten: Jede Interaktion mit dem Nutzer wird korrekt abgerechnet - ob Sichtkontakt oder aktives Engagement", so Dariusch Hosseini, Managing Director DACH Exponential Interactive. "CPME führt dazu, dass mehr in die Teaser-Ads investiert wird, um die richtige Zielgruppe zu erreichen. Gleichzeitig wird das Engagement gewürdigt und somit die Qualität der Kampagne sichergestellt." -> Agenturen haben damit die Möglichkeit, Kampagnen flexibler und einfacher mit Display, In-Stream und Mobile-Kampagnen zu vergleichen und diese zu bewerten. -> Besuchen Sie Exponential Interactive auf der DMEXCO am 16.9. und 17.9. in Köln und erleben Sie VDX live. Sie finden uns in Halle 7.1. Stand B68. -> Über Exponential -> Exponential Interactive erschafft mit seiner Arbeit die Art, wie digitale Werbung vom Konsumenten erlebt wird, neu. Die Kommunikation zwischen Marken und Verbrauchern über maßgeschneiderte Video-Rich-Media-Formate wird dadurch deutlich effizienter und die Auslieferung kann zudem über Multiscreen-Kampagnen erfolgen. Das Unternehmen verfügt über eines der weltweit umfangreichsten digitalen Portfolios, sowie über tiefgreifende firmeneigene Nutzerdaten. Exponential entwickelt Formate, die Konsumenten in der ersten Sekunde ansprechen, und Engagement und Interaktion auslösen. Mit den strategischen Säulen Kreativität und Targeting - basierend auf fundierten Nutzerdaten - entstehen smarte und effektive Lösungen für Werbetreibende und Publisher. Exponential wurde im Jahr 2001 gegründet und ist in 22 Ländern aktiv. Weitere Informationen finden Sie unter www.exponential.com. -> Die Exponential Interactive Deutschland wurde 2011 gegründet und hat ihren Hauptsitz in München. Zu den Kunden des Teams um Managing Director Dariusch Hosseini zählen große Marken, unter anderem aus den Bereichen Tourismus, Telekommunikation, FMCG (Fast Moving Consumer Goods), Finanzen, Automobil und Luxusgüter. -> -> Pressekontakt -> Huss-PR-Consult -> Judith Huss -> Tel: 0049 (0) 89 64945570 -> E-Mail: judith.huss@hussprconsult.de ->  http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=594571 width="1" height="1">

Pressekontakt

Exponential Interactive Deutschland

80469 München

judith.huss@hussprconsult.de

Firmenkontakt

Exponential Interactive Deutschland

80469 München

judith.huss@hussprconsult.de

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage