

01.11.2016

Moccamedia AG gewinnt Marketingpreis

Große Freude bei moccamedia: Gemeinsam mit ihrer Schwesteragentur moccabirds hat die Agentur den Marketing Intelligence & Innovation Award 2016 in der Kategorie „Search Engine Marketing Campaign“ gewonnen. Ausgezeichnet wurde ein First-Mover-Projekt für lokale SEA-Maßnahmen.

Zum ersten Mal konnte für eine zentral gesteuerte Händlerkampagne in Deutschland die Zahl der erfolgten Ladenbesuche getrackt werden. Für diese Innovation und ein beeindruckendes Ergebnis wurde moccamedia mit dem Marketing-Intelligence & Innovation Award belohnt. Er zeichnet leistungsorientierte Marketingergebnisse unter Berücksichtigung von Innovation, technologischen Fortschritt, Effizienz und Interdisziplinarität aus.

„Wir sind stolz, dass unser Innovationsgeist nicht nur unseren Kunden wieder einen Erfolg beschert hat, sondern mit diesem Preis auch ausgezeichnet wurde“, so Cornelia Lamberty, Vorstandsvorsitzende der moccamedia AG. „Eine herausragende Maßnahme, die wir in unserem hauseigenen Innovationsgremium entwickelt haben“, ergänzt Kim Weinand, Geschäftsführer moccabirds.

Bisher war es für Mediaagenturen oftmals schwer festzustellen, ob die Touchpoints einer geführten Customer Journey auch zum gewünschten Erfolg führten. Was bei einer digitalen Kampagne fehlte, war der Nachweis, wie viele User durch Kontakt mit einem digitalen Werbemittel an den PoS geführt werden. Dies hat moccamedia in Zusammenarbeit mit moccabirds zum ersten Mal lösen können. Die Umsetzung erfolgte mit individuellen Anzeigen in einem vordefinierten Geo-Korridor. moccamedia hat eine zentral gesteuerte Werbekampagne im Suchnetzwerk für insgesamt 361 Autohäuser eingerichtet. Durch die gezielte Verknüpfung von Tools konnte das moccamedia-Team neben den Klicks und Impressionen auch die tatsächlich erfolgten Ladenbesuche erfassen. So ließ sich feststellen, wie viele User nach einem Klick auf die Anzeige des Händlers tatsächlich dessen Verkaufsräume aufsuchten.