

Pur Poll: Purpur Media launcht impactstarke und auf Abstimmungen basierende neue Werbeform

Dank der cleveren Werbeform Pur Poll in Form von Abstimmungen wird die Interaktion mit dem Webcontent von Werbekunden deutlich erhöht. Die Marketinginnovation, die für den Werdebereich gemeinsam mit Purpur Media adaptiert wurde, basiert auf einer Technologie des Linzer Startups Pinpoll,

Wien, 19. April 2018 - Welcher Werbekunde wünscht sich nicht hohe Interaktionsraten mit seinen Online-Werbemitteln, eine hohe Verweildauer auf seiner Website sowie generell hohe Aufmerksamkeit von Seiten der Konsumenten? Eben. Genau das verspricht eine neue Werbeform von Purpur Media mit dem klingenden Namen Pur Poll. Die neuartige Werbeform in Form von Abstimmungen sorgt nicht nur für eine höhere Anzahl an Klicks als bei klassischen Onlinekampagnen, sondern auch für die spielerische Interaktion mit Marken und Produkten durch den Konsumenten.

Umfragen sorgen für hohe Klickraten

Pur Poll macht sich den Umstand zunutze, dass sich Menschen für die Meinungen anderer Menschen interessieren und platziert im Purpur Media Ad Network Abstimmungen, bei denen die bis zu vier Antwortmöglichkeiten jeweils auf unterschiedliche Landingpages eines Werbekunden verlinkt sind. „Mit Pur Poll ermöglichen wir es Werbetreibenden die Mechanik von Pinpoll, redaktionell getriebene Abstimmungen, für Werbetreibende zu nutzen. Dieses von Pinpoll und Purpur Media entwickelte Premium-Marketingtool ist innovativ und ein starkes Engagement-Tool“, erklärt Elisabeth Plattensteiner, seit Anfang April 2018 Geschäftsführerin von Purpur Media.

Wie eine Pur-Poll-Kampagne konkret aufgelegt wird, erläutert Gerald Linke, Leiter der Unit für Tech-Consulting bei Purpur Media, folgendermaßen: „Der Werbekunde teilt uns im Rahmen eines Briefings mit, was er mit seiner Kampagne in welchem Kampagnenzeitraum erreichen will und ob es den weiterführenden Content bereits gibt oder dieser erst erstellt werden muss. Wir von Purpur Media erstellen die Umfrage, nach der Freigabe durch den Werbekunden geht die Abstimmung live. Nach der Kampagne erhalten die Kunden ein Reporting sowie die Daten der Online-Voter für Retargeting-Kampagnen. Oder aber wir retargeteten im Purpur Display Netzwerk in Realtime.“

Einzigartige Kampagnenmechanik

Die Vorteile von Pur Poll liegen auf der Hand: hohe Aufmerksamkeit durch eine einzigartige Kampagnenmechanik, hohe Interaktion und spielerische Auseinandersetzung mit Marken und Produkten, relevante Klicks auf den Content des Werbekunden und eine höhere Verweildauer auf der Website des Werbekunden. Und quasi on top erhält der Werbekunde auch noch die Ergebnisse der jeweiligen Umfrage, die er für weitere Marketingzwecke nutzen kann.

„Wir denken Content Marketing neu! Mit Pur Poll visualisieren wir für unsere Werbekunden Themen, erzeugen damit starkes Engagement und sorgen für relevante Klicks auf den Webcontent unserer Kunden“, betont Purpur-Media-Geschäftsführerin Plattensteiner.

Tobias Oberascher, Gründer und geschäftsführender Gesellschafter von Pinpoll ergänzt: „Wir sprechen bei Pinpoll bewusst nicht von Umfragen. Es handelt sich vielmehr um kurze Abstimmungen mit hoher Interaktionsrate. Werbung, die in diese Abstimmungen integriert wird, nimmt der Benutzer als Teil des Nutzererlebnisses wahr, zu deren Teilnahme er sich zuvor selbst entschieden hatte. Die Wahrscheinlichkeit für einen Klick auf den Click-to-action-Button steigt dadurch messbar, zumal die Werbung auf Basis der zuvor vom Benutzer gewählten Antwort ausgespielt wird uns somit eine hohe Relevanz für den Benutzer hat. Anders formuliert: Die Werbung wird den Benutzer tatsächlich interessieren!“

Warum Purpur Media auf die innovative Werbeform setzt, ist schnell erklärt:

„Nutzerengagement und Markenbranding wird zukünftig substantieller. Wir platzieren das Content Format in allen relevanten Artikeln im österreichischen

Purpur Netzwerk: Wir liefern damit 70,7 Prozent Reichweite, interagieren mit vier Millionen Usern bei 39 Millionen Visits und garantieren eine sehr hohe Aufmerksamkeit durch diese einzigartige Kampagnenmechanik“, so Plattensteiner. Und welche Leistungswerte erwartet sich Tobias Oberascher von Pinpoll von der neuen Werbeform: „Belastbare KPIs werden die ersten Kampagnen liefern. In unserem globalen Publisher-Netzwerk liegt die durchschnittliche Interaktionsrate unserer redaktionellen Abstimmungen bei 12 Prozent. Werden Abstimmungen direkt im Artikel und somit mit Bezug zum Inhalt eingebunden, steigt die Interaktionsrate auf 20 bis 30 Prozent. Ist die Abstimmung der eigentliche Zweck des Inhalts, so steigt die Interaktionsrate auch gerne über 90 Prozent.“

Über Purpur Media:

Purpur Media (www.purpur.media) konzentriert sich als österreichischer Vermarkter auf Produkte im Bereich Content, Audience und Display mit Premiumpartnern, die jeweils Marktführer in ihrer Zielgruppe sind. Die Audience-Segmente sind Auto, Wohnen, Familie, Frauen, Reise, B2B, Sport, Games & Lifestyle. Zu den Partnern von Purpur Media zählen unter anderem AutoScout24.at, Biorama.eu, ELTERN.de, FirmenABC.at, nachrichten.at, tele.at, salzburg.com, Mamilade Ausflugstipps (D-A-CH), wohhnet.at, Giga.de, Gamona.de und urbia.de (Österreich Traffic). Außerdem bietet der Zielgruppenvermarkter Content-Marketing-Lösungen in Kooperation mit dem Partner Outbrain an. Diese starken Online-Marken mit ihrem erstklassigen Qualitätsumfeld und Premiumtraffic sind die Grundlage für die Kampagnenerfolge der Kunden. Das Researchtool Reppublika Ratings+ weist dem Ad Network von Purpur Media im März 2018 eine Reichweite von 70,7 Prozent, 4,37 Millionen Unique Users und 39,41 Millionen Visits aus.

++ENDE++++ENDE++++ENDE++

Bildtexte:

Elisabeth Plattensteiner, Geschäftsführerin des digitalen Premium-Vermarkters Purpur Media: „Mit Pur Poll ermöglichen wir es Werbetreibenden die Mechanik von Pinpoll, redaktionell getriebene Abstimmungen, für Werbetreibende zu nutzen.“

Gerald Linke, Leiter der Unit für Tech-Consulting bei Purpur Media: „Mit Pur Poll visualisieren wir für unsere Werbekunden Themen, erzeugen damit starkes Engagement und sorgen für relevante Klicks auf den Webcontent unserer Kunden.“

Die Vorteile von Pur Poll liegen auf der Hand: hohe Aufmerksamkeit durch eine einzigartige Kampagnenmechanik, hohe Interaktion und spielerische Auseinandersetzung mit Marken und Produkten, relevante Klicks auf den Content des Werbekunden und eine höhere Verweildauer auf der Website des Werbekunden.

Copyright (Abdruck honorarfrei):

Purpur Media

Downloadlink Foto:

<https://we.tl/v9u04oPYvd>

Für Rückfragen:

Elisabeth Plattensteiner, Purpur Media, Tel. +43 664 827 24 13,
elisabeth.plattensteiner@purpurmedia.at