

Pressemitteilung

## Neues Feature: „nexoya Campaign Optimization“ optimiert Multi-Channel-Kampagnen

Künstliche Intelligenz steuert den Einsatz der Budgets in komplexen digitalen Marketingkampagnen

**Zürich und Berlin, 26. November 2020 – Multi-Channel-Marketingkampagnen zu verwalten ist komplex und aufwändig. Anwender der Plattform „nexoya Marketing Analytics“ erhalten jetzt konkrete Vorschläge, wie sie ihre digitalen Kampagnen und die dafür eingesetzten Budgets optimal steuern können. Denn das neue Feature “ Campaign Optimization” des SaaS-Startups [nexoya](https://l.nexoya.com) optimiert Marketingkampagnen auf Basis von maschinellem Lernen und künstlicher Intelligenz. Per Mausklick übernimmt die Plattform wöchentlich die kanalübergreifende Analyse und erstellt einen detaillierten Budgetvorschlag für die kommende Woche. Nach einer erfolgreichen Testphase hat nexoya die automatisierte Kampagnenoptimierung jetzt für alle Nutzer ihrer Plattform aktiviert: <https://l.nexoya.com/optimierung>**

Im digitalen Marketing laufen Kampagnen häufig über viele Kanäle gleichzeitig. Bespielt werden Google Ads und Google Search Ads, Facebook Ads, Instagram Ads, Youtube Ads, LinkedIn Ads, Twitter Ads oder Display Ads. Solche Multi-Channel-Kampagnen stellen hohe Anforderungen an die verantwortlichen Marketing-Teams. Denn die Verwaltung der Aktivitäten ist komplex und es ist schwierig, den Überblick zu behalten, die Ergebnisse der einzelnen Kanäle miteinander zu vergleichen und die Budgets effizient einzusetzen.

### Automatisch optimierte Kampagnen

„nexoya Marketing Analytics“ bündelt bereits seit zwei Jahren für ihre Kunden alle organischen und bezahlten Marketing-Kennzahlen sowie Drittdaten über das Wetter oder Wechselkurse in einer Plattform. Auf diese Weise können die Verantwortlichen im Marketing die Leistung der einzelnen Kampagnen und Assets per Mausklick bewerten und vergleichen. Mit der Aktivierung der automatisierten Optimierung von laufenden Kampagnen liefern KI-Algorithmen nun konkrete Vorschläge für die kanalübergreifende Budgetzuweisung. Die Vorschläge enthalten Empfehlungen dazu, wie das jeweilige Budget für einen definierten Zeitraum – etwa die kommende Woche – ideal eingesetzt wird. Die Plattform weist den einzelnen Kampagnen die optimalen zukünftigen Budgets zu und liefert wöchentlich ein transparentes und detailliertes Reporting.

“In der neuen Funktion bündeln wir unsere langjährige Erfahrung im Bereich Predictive Analytics mit dem Kundenbedürfnis nach einer übergreifenden und transparenten Optimierung von digitalen Kampagnen im Marketing”, sagt Manuel Dietrich, Co-Founder und CEO, nexoya.

### Individuelle KI-Modelle verteilen die Budgets

Definiert ein Marketing-Team auf „nexoya Marketing Analytics“ seine erste Multi-Channel-Kampagne, liest die Plattform alle historischen Daten dieser Kampagnen aus und

beginnt mit deren Analyse. Im nächsten Schritt erstellt die Plattform ein individuelles KI-Modell auf Grundlage dieser historischen Daten und der Konfiguration, die der Anwender für seine Kampagne vorgenommen hat – wie zum Beispiel das zukünftige Budget oder das gewählte Risikoniveau. Mit Hilfe dieses Modells kann die Lösung von nexoya das zukünftige Ergebnis der verschiedenen Kampagnen und Anzeigen vorhersagen. Es wird so ausgewählt, dass für jede Metrik die beste Vorhersage verwendet wird, wie etwa die zu erwartenden Conversions auf der Website, die Höhe des Tausend-Kontakt-Preises, CPM, oder des Pay-per-Click, CPC, für ganze Kampagnen und für jede einzelne Anzeige. Aus den prognostizierten Werten ermitteln die KI-Algorithmen schließlich die bestmögliche Verteilung des Budgets auf alle Kampagnen, Ad-Sets oder Ad-Anzeigen, die einer bestimmten Cross-Channel-Kampagne zugeordnet sind.

“Eine Steigerung der Klicks von mehr als 30 Prozent bekommt man nicht einfach so - insbesondere nicht bei komplexen Kampagnen, die über viele unterschiedliche Kanäle laufen. Mit der Plattform von nexoya haben wir bereits nach kurzer Zeit solche Ergebnisse erreicht. Zudem erhalten wir spannende Einblicke in unsere Kampagnen und Aktivitäten. Zum Beispiel können wir unseren Managern einen leicht verständlichen und automatisch aktualisierten Marketingbericht für jede Abteilung zur Verfügung stellen”, sagt Milos Radovic, Lead Marketing Strategy B2B, Swisscom.

### **nexoya Webinar**

New Campaign Optimization Feature and How it Works

15. Dezember 2020 um 11:00 Uhr

[www.nexoya.com/de/webinar-campaign-optimization](http://www.nexoya.com/de/webinar-campaign-optimization)

#### Agenda

Missed potentials in cross-channel campaigns

Predictive analytics

How AI helps to be more efficient

Q&A

### **Bildmaterial**

Die Grafiken liegen in druckfähiger Auflösung zum Download bereit:

[www.nexoya.com/wp-content/uploads/2020/11/Campaign-Optimization-CreationProcess.png](http://www.nexoya.com/wp-content/uploads/2020/11/Campaign-Optimization-CreationProcess.png)

[www.nexoya.com/wp-content/uploads/2020/11/Campaign-Optimization-Advice.png](http://www.nexoya.com/wp-content/uploads/2020/11/Campaign-Optimization-Advice.png)

[www.nexoya.com/wp-content/uploads/2020/11/Campaign-Optimization-ProposalOverview.png](http://www.nexoya.com/wp-content/uploads/2020/11/Campaign-Optimization-ProposalOverview.png)

Create a campaign
✕

**Basic details**  
Define your campaigns name, duration and it's goal.

**Select content**  
Chose content which you want to include in this campaign.

**Budget settings**  
Set planned budget for each goal or channel, per week.

### Budget plan

Please enter your total planned budget (per channel) for the whole campaign.

Google Ads

Facebook

LinkedIn

Total
\$ -

### Optimize budget

Would you like your budget to be optimized? You can choose if you want to automate it, do it yourself (we just send you budget allocation proposals) or simply skip for now.

**Automatically**

We automatically shift the budget across all ads, ad-sets and campaigns to achieve the best possible result.

**Manually**

We will send you weekly budget allocation proposals which you can then review and manually apply changes.

or [Skip optimization](#)

### Risk level ?

How much are you willing risk it to get the best results?

**Conservative**

We'll shift the budget  $\pm 20\%$

**Moderate**

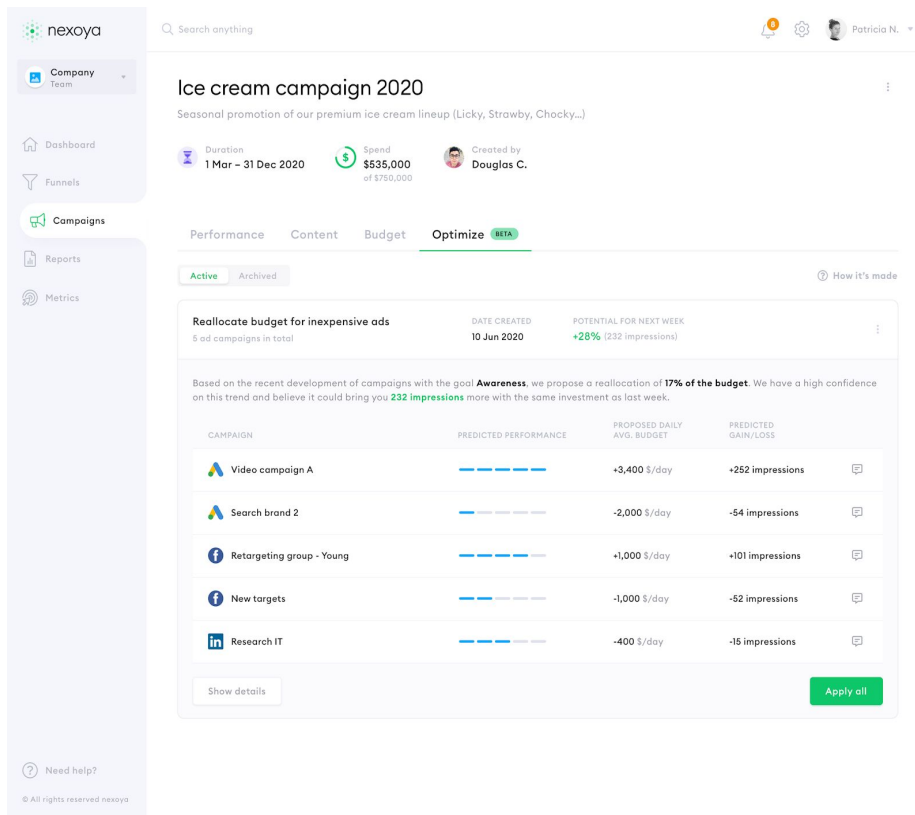
We'll shift the budget  $\pm 50\%$

**Aggressive**

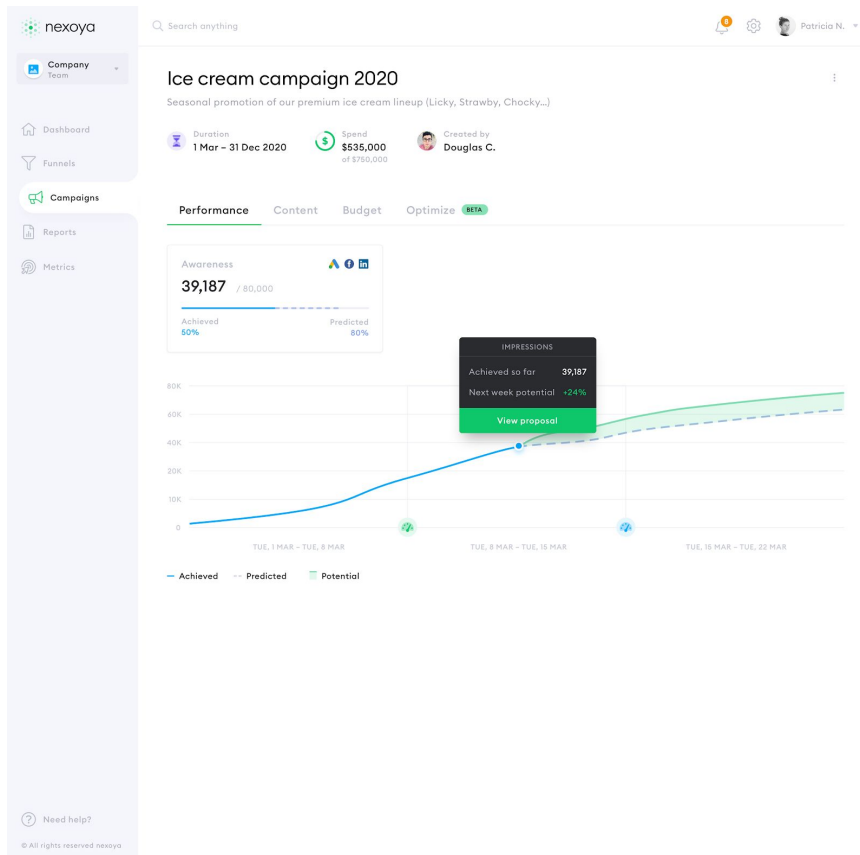
We'll shift the budget  $\pm 100\%$

Previous step
Finish

Anwender von „nexoya Marketing Analytics“ können entscheiden, ob sie ihre Budgets manuell oder automatisiert verwalten und welches Risikoniveau sie wählen (Grafik: nexoya Ltd.)  
[www.nexoya.com/wp-content/uploads/2020/11/Campaign-Optimization-CreationProcess.png](http://www.nexoya.com/wp-content/uploads/2020/11/Campaign-Optimization-CreationProcess.png)



KI-Algorithmen berechnen konkrete Empfehlungen für den idealen Einsatz des Budgets pro Asset und pro Kampagne (Grafik: nexoya Ltd.)  
[www.nexoya.com/wp-content/uploads/2020/11/Campaign-Optimization-Advice.png](http://www.nexoya.com/wp-content/uploads/2020/11/Campaign-Optimization-Advice.png)



„nexoya Marketing Analytics“ berechnet das zukünftige Ergebnis von komplexen Multi-Channel-Kampagnen (Grafik: nexoya)

Ltd.)

[www.nexoya.com/wp-content/uploads/2020/11/Campaign-Optimization-ProposalOverview.png](http://www.nexoya.com/wp-content/uploads/2020/11/Campaign-Optimization-ProposalOverview.png)

### **Über nexoya**

Das Start-up nexoya Ltd. mit Sitz in Zürich realisiert seit 2018 automatisierte Analysen für das digitale Marketing mittelgroßer und großer Unternehmen – nutzerfreundlich und datenschutzkonform. Auf Basis von maschinellem Lernen optimiert die SaaS-Plattform „nexoya Marketing Analytics“ Multi-Channel-Marketingkampagnen: Hierfür aggregiert die Lösung Kennzahlen aus unterschiedlichen Kanälen wie Google Ads, Instagram oder Facebook, stellt sie übersichtlich dar und übernimmt das Monitoring der Kennzahlen. Auf Basis der erfassten Daten und unter Einsatz von künstlicher Intelligenz (Predictive Analytics) optimiert nexoya anschließend die Kampagnen-Budgets. So entlastet die Lösung Marketingteams von operativen Routineaufgaben, vereinfacht automatisierte datengetriebene Entscheidungen und reduziert die Marketing-Kosten um bis zu 30 Prozent. nexoya erfasst ausschließlich nicht personalisierte Daten, die in zertifizierten Schweizer Rechenzentren liegen. Zu den Kunden gehören bekannte Unternehmen wie die Emmi Group, Generali, CSS oder The House Agency. [www.nexoya.com](http://www.nexoya.com)

### **Pressekontakt**

Sabrina Ortmann, nexoya

Mobil: +49 (176) 64107556

E-Mail: [press@nexoya.com](mailto:press@nexoya.com)