

Predictive Behavioral Targeting

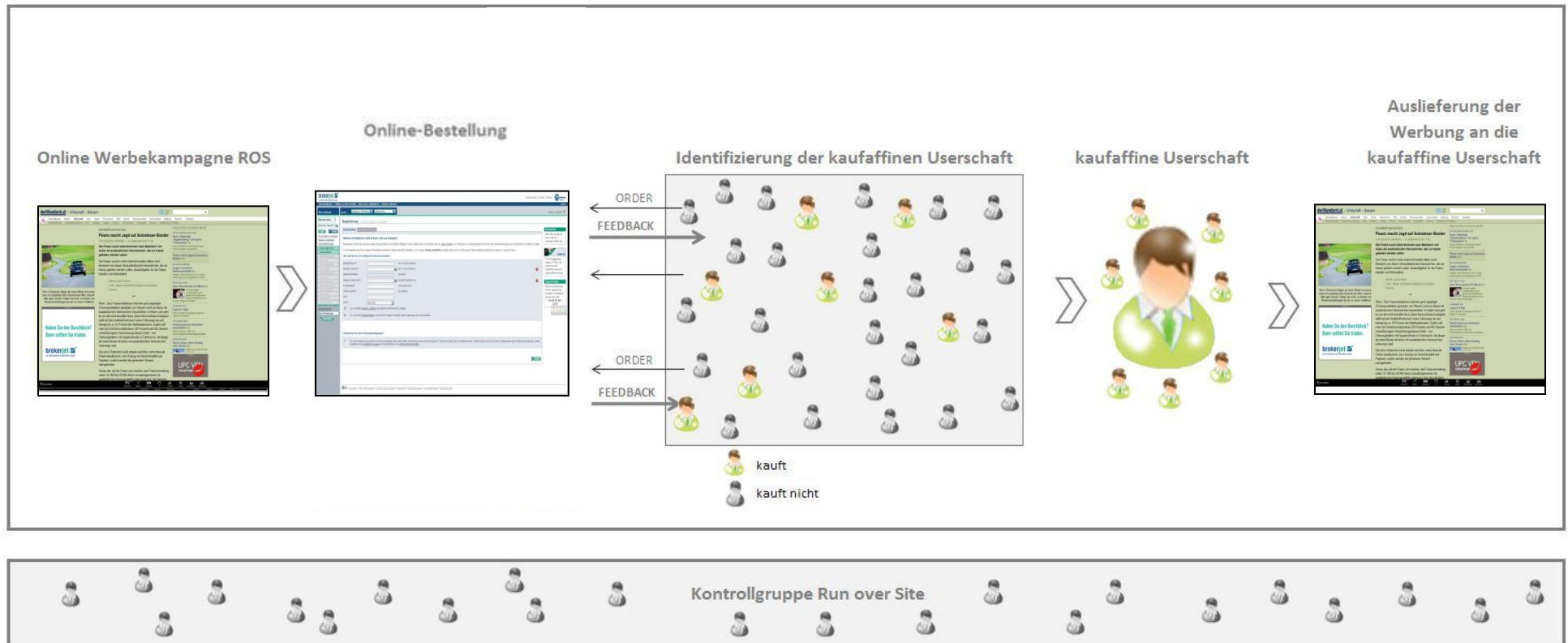
findet Ihre Kunden

brokerjet optimiert
mit seiner Kampagne
Online-Abschlüsse

Was soll erreicht werden?

- Steuerung der Werbung auf die kaufaffine Userschaft
- Maximierung der Verkaufsabschlüsse

In der ersten Phase der Kampagne wird die kaufaffine Userschaft identifiziert. Im weiteren Verlauf wird auf diese Personengruppe getargetet. Um einen Performance-Vergleich anstellen zu können, wird parallel eine Kontrollgruppe Run over Site geschaltet.



Online-Werbekampagne

derStandard.at > Inland

Haben Sie den Durchblick? Dann sollten Sie traden.

brokerjet
Der Online-Broker der Erste Bank-Gruppe

Mittwoch, 06. Oktober 2010, 10:42 (update vor 13min) | chronologisch sortieren

WEDERBERICHT
Wahlfälschungen im Burgenland größer als angenommen
36 Postings

STEUERN & BUDGET
Spenden: Nur 45 Millionen abgesetzt
11 Postings

PARLAMENT
Wahl, Wehmut, Wehrpflicht
4 Postings

SITELINK
Hintergründe und Analysen im STANDARD
1 Postings

Täglich Zeitung lesen
Teilen Sie die Tageszeitung DER STANDARD 3 Wochen lang gratis
BEZAHLTE WERBUNG

SPINDELEGER KRITISCHT SCHWENK BEI
Arnold Holzer | 1. November

WIEWIENER ILAND
Alle Schwerpunkte im Überblick

Wien wählt: Wien-Wahl | Wiener Wahlkampfportalen | Schwerpunkt Stadtplanung | Serie Wien verstehen | Wiener Bezirksporträts | Blog: Wiener Wahlzeiten (Chart zur Wahl)

Desserts:
Beimte (Bildung) Bundesheer | Familienpolitik | Federalismus | Gesundheitspolitik | Geschlechtliche Partnerschaft | Integration | Junge Politik (Körbe & Politik) Österreich & EU | Parlament | Parteiförderung | Pensionen | Politik im Internet | Politische (Rechts)wissenschaft | Sicherheitspolitik | Sozialpolitik & Arbeit | Staat und Justiz | Steuern & Budget | Umweltpolitik | Wahlrecht

Parteien:
SPÖ | ÖVP | FPÖ | BZÖ | Grüne | Linke
Bgl | Kh | HD | OO | Stg | T | Vbg | W |

SPEAKERS CORNER ZUM WIEN-WAHL
"Ein Wahnsinn, wie geduldet es ist"

Super Banner

Skyscraper

derStandard.at > Sport > Fußball > EM-Qualifikation > Nationalteam

Statistiken Stefan Maierhofer (H) und Paul Schanner (re)

der Mannschaft steckt und wollen es auch zeigen."

Wachsender Konkurrenzkampf

Die größer gewordene Leidenschaft im Training begründet der Ex-Rapidler mit dem wachsenden Konkurrenzkampf um einen Platz in der Startformation. "Jeder will sich beweisen. Vielleicht ist den Spielern auch mehr bewusst geworden, welchen Bühne das Nationalteam bietet", vermutete der 28-Jährige.

Allerdings bewirken Auftritte im Nationalteam laut Maierhofer vor allem bei manchen jungen Kickern eine gewisse Stresssituation. "Für sie ist es wegen des Drucks nicht einfach. Doch ich versuche, den Jungen zu vermitteln, dass sie Fehler machen dürfen", erklärte der effläche Internationale, der von Teamchef Dietmar Schuster wieder die Jokerrolle zugeordnet bekommen könnte. "Wenn er denkt, dass ich in den letzten 20 Minuten aufräumen soll, habe ich kein Problem damit. Ich versuche, die Einsatzzeit, die ich bekomme, bestmöglich zu nutzen."

Tore lassen Haare wachsen

Nach einem Jahr fast ohne Spielpraxis in England läuft es für Maierhofer in dieser Saison nach dem Wechsel zum deutschen Zweitligisten MSV Duisburg wieder rund. Bester Beweis dafür waren seine beiden Tore am Samstag beim 3:0 gegen Oberhausen, die sich auf Maierhofers äußeres Erscheinungsbild ausgewirkt haben. "Weil ich diese zwei Tore gemacht habe, habe ich entschieden, mich nicht mehr zu rasieren".

Der Niederösterreicher geht nun bis auf weiteres mit Vollbart auf Tour. "Ich habe ja keine Freunde, die das stören würde." Gestört hat es dafür die Großmutter seiner Ex-Freundin. "Ich war vor kurzem bei ihr auf Besuch, und ihre Oma wollte mich auf einmal nicht mehr küssen, sondern nur noch umarmen", erzählte Maierhofer.

Jetzt Depot eröffnen und 50€ STARTKAPITAL sichern!

brokerjet
Der Online-Broker der Erste Bank-Gruppe

Arnold Holzer | 1. November

Rectangle

derStandard.at > Wissenschaft > Welt > Nobelpreise 2010

Haben Sie den Durchblick? Dann sollten Sie traden.

brokerjet
Der Online-Broker der Erste Bank-Gruppe

entwickelt, mit Hilfe von Palladium als Katalysator Kohlenstoffatome zu verbinden, um die komplexen Moleküle zu bauen, die unser alltägliches Leben verbessern, lautete die Begründung der Königlich-Schwedischen Akademie der Wissenschaften. Die Einsatzmöglichkeiten der Verbindungen, die mit den drei nach dem jeweiligen Forscher benannten Kreuzkupplungsmethoden geschaffen werden, reichen von der Medikamentenentwicklung über die Landwirtschaft bis zur Elektronik.

Die sogenannte Palladium-katalysierte Kreuzkupplung stellt Chemikern ein präzises und effizientes Werkzeug zur Verfügung, wie das Nobelpreis-Komitee seine Auszeichnung begründete. Die drei Nobelpreisträger Richard Heck, Ei-ichi Negishi und Akira Suzuki entwickelten Ende der 1960-er und 1970-er Jahre diese Reaktionen, die nach ihnen benannt wurden. Die Heck-Reaktion, die Negishi-Kupplung und die Suzuki-Kupplung. Dabei fungieren Atome des Metalls Palladium gleichsam als Verknüpler zwischen den Kohlenstoffatomen, die sonst keine Verbindung eingehen würden.

Entscheidender Fortschritt

Schon alleine aufgrund der extrem breiten Anwendungspalette dieser Forschungen erachtet der Chemiker Marko Mihovilovic vom Institut für Angewandte Synthesechemie der Technischen Universität (TU) Wien die diesjährige Auswahl der Nobelpreis-Komitees als verdiente Wahl. Bevor die drei Laureaten ihre Syntheseverfahren entwickelten und veröffentlichten, sei der Aufbau von komplexen Kohlenstoffverbindungen im Reagenzglas stark eingeschränkt gewesen, erklärt. Teilweise musste man, um die Verbindung von Kohlenstoffatomen untereinander zu erreichen, "sehr ruppige" Methoden, etwa hohe Temperaturen, einsetzen, was wiederum sensible Bereiche in den Molekülen zerstörte.

Durch den Einsatz des Katalysators Palladium wird die

"Molekülbauer"-Trio aus USA und Japan erhält Preis für Chemie (12)

PHYSIK-NOBELPREIS 2010
Nobelpreis für einen Wunderstoff (25)

Konstantin Nowoselov und Andrei Geim erhalten den Physik-Nobelpreis für ihre verblüffend einfachen Experimente mit Graphen - Diese ultradünne Kohlenstoffschicht könnte nicht nur die Elektronik revolutionieren

STICHWORT GRAPHEN
Mit Büroklebeband zum Nobelpreis (1)

Graphen wird in Labors bis heute mit ebenfalls einfachen Mitteln hergestellt

REAKTION
Russischer Präsident im Zwiespalt
Dmitri Medwedew: "Erst habe ich mich geteilt, dann habe ich erfahren, dass beide in Ausland arbeiten"

MEDIZIN-NOBELPREIS 2010
Der Vater der künstlichen Befruchtung (10)

Die Robert Edwards erhält den diesjährigen Medizin-Nobelpreis - Der Embryologe hat die In-vitro-Fertilisation entwickelt

IN-VITRO-FERTILISATION
Mehr als vier Millionen "Reifenbabys" weltweit (2)

Infertilität im Kampf gegen Infertilität - 25. Juli 1978 mit Louise Brown veränderte die medizinische Welt

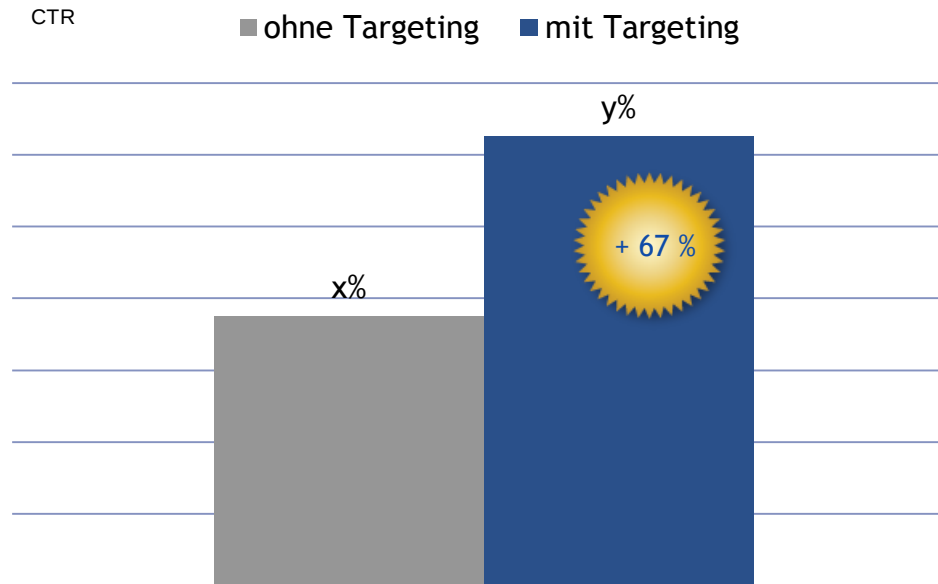
KOPF DES TAGES
Nobelpreis für das "Baby des Jahrhunderts" (2)

Robert Edwards verleiht Nobelpreis für das "Baby des Jahrhunderts"

Arnold Holzer | 1. November

Ergebnisse der Kampagne

Ergebnis gesamt – Klickrate



Veränderung der Klickrate im
Rahmen der
Conversionoptimierung

Daten und Fakten zur Kampagne gesamt

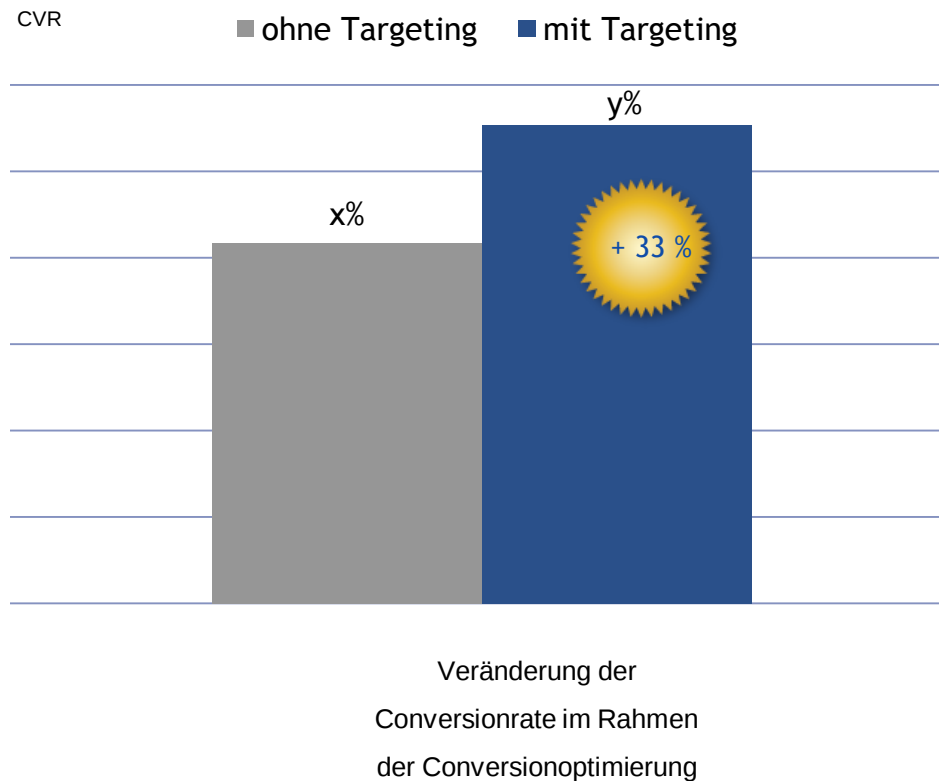
Predictive Behavioral Targeting (mit Targeting)

Gelieferte Sichtkontakte 770.091

Kontrollgruppe (ohne Targeting)

Gelieferte Sichtkontakte 770.114

Ergebnis gesamt - Conversionrate (Post-View)



Daten und Fakten zur Kampagne

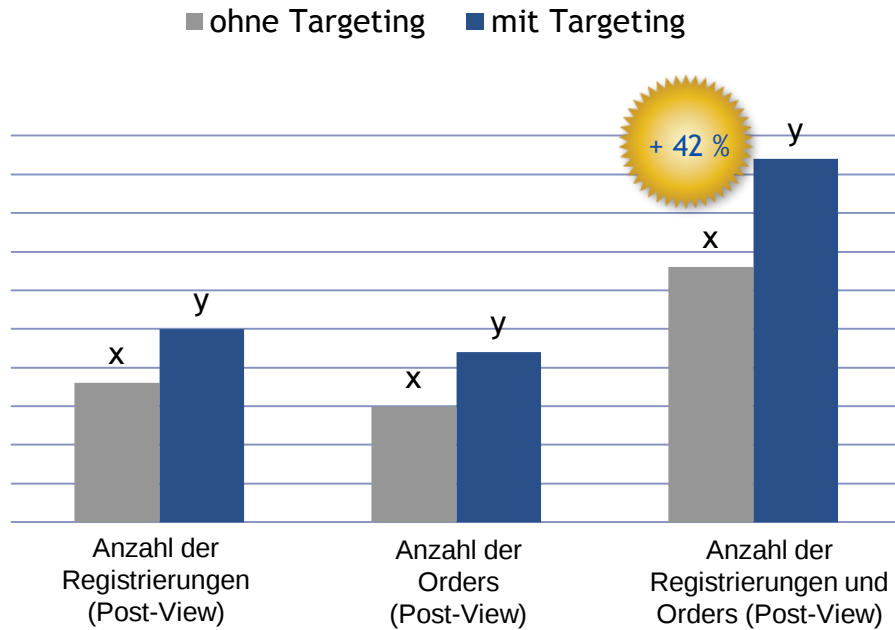
Predictive Behavioral Targeting (mit Targeting)

Gelieferte Sichtkontakte 424.449

Kontrollgruppe (ohne Targeting)

Gelieferte Sichtkontakte 396.418

Ergebnis gesamt – Anzahl der Conversions (Post-View)



Veränderung der
Conversions im Rahmen der
Conversionoptimierung

Daten und Fakten zur Kampagne

Predictive Behavioral Targeting (mit Targeting)

Gelieferte Sichtkontakte 424.449

Kontrollgruppe (ohne Targeting)

Gelieferte Sichtkontakte 396.418

Key Findings

- Die Anzahl der Conversions (Registrierungen und Depotöffnungen) wurde um 42 % gesteigert.
- Die Conversionrate konnte durch die Conversionoptimierung um 33 % gesteigert werden.
- Im Rahmen der Conversionoptimierung konnte auch eine Veränderung des Klickverhaltens festgestellt werden. Die getargetete Gruppe erreichte um 67 % mehr Klicks als die Kontrollgruppe.

Kommunizieren Sie direkt mit Ihrer Zielgruppe.

Mag. (FH) Johanna Gruber
Key Account Manager Online-Vermarktung

derStandard.at GmbH
Tel: +43-1-53170 - 704
Johanna.Gruber@derStandard.at