

quøntcast

KASPERSKY^{lab}

d3con 2015

5x5x5 Best Practice

Paco Panconcelli
10. März 2015



> DIE KAMPAGNE

Die Kampagne

Kaspersky Lab zählt zu den vier erfolgreichsten Herstellern von Sicherheitslösungen für Endpoint-Nutzer und schützt über 400 Millionen Nutzer weltweit

Ziel der Kampagne

- **Gewinnung neuer Kunden** für die Heimanwender Produkte von Kaspersky Lab
- **Return on Ad Spend (ROAS)** von 300%

The logo for Kaspersky Lab, featuring the word "KASPERSKY" in a green, stylized font with red triangles pointing to the right, and "lab" in a smaller, red font to the right.

Unser Real-Time Targeting



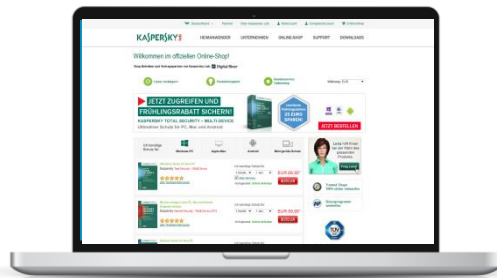
1. Datenerhebung

Start

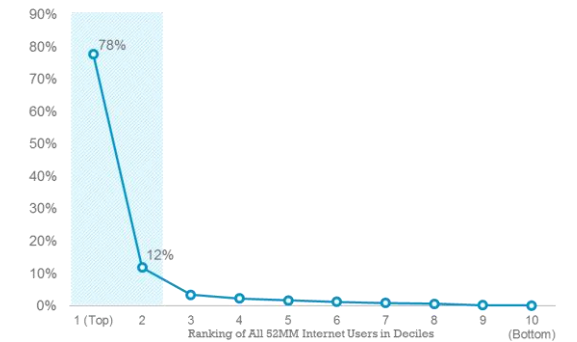
quxntcast
ADVERTISE



2. Modell



4. Conversion



3. Ranking

Dem Idealkunden auf der Spur



Von Bestandskunden lernen

- Taggen zentraler Conversion-Events
- Kundenindividuelles Zielgruppenprofils (Machine Learning)
- Negatives Targeting auf das License Renewal Center
- Gezielte Ansprache der vielversprechendsten Prospects



KASPERSKY lab

Kaspersky
INTERNET SECURITY
Multi-Device

► Flexible Sicherheit für alle
Gerätekombinationen
(Windows, Mac und Android)



> DAS ERGEBNIS



DER ERFOLG IN ZAHLEN

0,03%

**Click Through
Rate**



396%

**Return on Ad
Spend**

26%

**Attribution
Ratio**

“

„Echtzeitdaten zum Surfverhalten und den Käufern sind ein entscheidender Erfolgsfaktor für Displaykampagnen – wenn sie qualitativ hochwertig sind und richtig eingesetzt werden. Das zeigt der erstklassige ROAS unserer Kampagne mit Quantcast deutlich.“

Georg Ass, Kaspersky Lab

quontcast

Herzlichen Dank.



kontakt@quantcast.com