

# USE CASE:

## Automatisieren von Prozessen in der Online- Werbung



### Projektziele:

- Automatisches Schalten von Online-Werbung auf 9 unterschiedlichen Social Media Plattformen im Rahmen eines gemeinsamen Anbieter-Marktplatzes
- Automatisierte Erfolgskontrolle der Werbekampagnen
- Modernisierung des Softwarestacks
- Anpassung an gestiegene Anforderungen bzgl. der Sicherheit und Verbesserung der Recovery-Möglichkeiten

### 100% automatisierte Ads-Schaltung auf dem Marktplatz inklusive Tracking-Funktionalität:

Als Teil der weltweit agierenden Handels- und Dienstleistungsgruppe Otto Group strebt unser Kunde OTTO – der größte deutsche Online-shop – im Rahmen seiner E-Commerce-Strategie die Umsetzung einer eigenen Plattform an, über die Partnerunternehmen automatisiert Ads buchen können

Über die Plattform werden für OTTO und seine Partner ca. 10 Mio. Werbemittel auf 9 verschiedenen Plattformen automatisiert geschaltet und beobachtet. Die Marketingverantwortlichen können die Werbeformate und -plattformen flexibel optimieren.

Über verschiedene Tracking Parameter (Impressionen, CPC, Umsatz etc.) wird der Erfolg der Werbekampagne direkt gemessen und dokumentiert.

### Das sagt unser Kunde:

“Die Zusammenarbeit war zu jedem Zeitpunkt professionell und partnerschaftlich. Die Ergebnisse sprechen für sich: Unsere Werbepartner profitieren von einer noch größeren Transparenz bei der Auswertung und Aussteuerung ihrer Kampagnen.”

*Frank Wirth / Senior Product Manager bei OTTO (GmbH & Co KG)*



## DAS PROJEKT

- **Tracking-Automatisierung der Werbekampagnen**

Alle relevanten Social-Media-Werbepattformen wurden im Rahmen des Projektes an die Tracking-Plattform angeschlossen. Die Werbemittel werden automatisch so angepasst, dass vom ersten Klick bis zum Kauf ein Tracking erfolgt und relevante KPIs für den Erfolg der Werbekampagnen automatisiert gemessen und dokumentiert werden.

- **Partnerschaftliche Nutzung der Plattform**

Partnerunternehmen können die OTTO-Plattform nutzen, um Werbung für ihre Produkte zu schalten. Hierfür wurden individuelle Services entwickelt, durch die sie Produkte und Werbeziele gezielt auswählen können. Dank des intensiven Austauschs mit anderen Projektteams bei OTTO ist es im Rahmen des Projektes zudem gelungen, die Resilienz der Multi-Cloud-Schnittstellen zu verbessern.

- **Modernisierung des Softwarestacks und Anpassung an gestiegene Sicherheitsanforderungen**

Um Anforderungen des deutschen und europäischen Datenschutzes sowie seitens OTTO zu entsprechen, wurde die Anwendung individuell angepasst, u.a. durch:

- ▶ Aktualisierung der Software,
- ▶ Verbesserung der Resilienz der Software in einer Multi-AZ-Multi-Cloud-Umgebung (AWS, Google Cloud)
- ▶ Reduzierung der möglichen internen und externen Angriffsflächen
- ▶ Weiterentwicklung der Verschlüsselung und Key-Rotation.

- **Verbesserung der Recovery-Möglichkeiten**

Durch Verbesserungen im Build- und Deployment-Prozess konnte die Komplet-Wiederherstellung der Tracking-Plattform zunächst auf 1 Tag, im Verlauf des Projektes auf wenige Stunden reduziert werden.

# OTTO

## Benefits

Das Projekt hat zu einer spürbaren Effizienzsteigerung der Werbekampagnen auf dem OTTO-Anbieter-Marktplatz beigetragen:

10

Mio. Werbemittel werden automatisiert auf 9 Plattformen geschaltet, der Erfolg ausgewertet und dokumentiert

5-7

Stunden für die Wiederherstellung der Tracking-Plattform



## Ready to start?

Unsere IT-Experts unterstützen Sie gerne in Ihrem nächsten IT-Projekt!

