Einer für alle Zahlarten

Loviit fungiert als alleiniger Vertragspartner und übernimmt das Ausfallrisiko

Ein „Rundum-sorglos-Paket" verspricht der Payment Service Provider Loviit: Der Dienstleister aus Liechtenstein bietet Online-Händlern die acht Bezahlverfahren Vorkasse, Kredit-, Debitkarte, Paypal, Online-Überweisung, Lastschrift, Rechnungs- und Ratenkauf aus einer Hand. Er tritt als alleiniger Vertragspartner auf, auch die technische Integration erfolgt über nur eine Plug-and-Play-Lösung.

Außerdem übernimmt Loviit das Risiko eines Zahlungsausfalls. Der Händler bekommt sein Geld garantiert binnen sieben Tagen, auch in dem Fall, wenn der Kunde nicht zahlt. Allerdings muss der Shop-Betreiber im Gegenzug auf sein Geld warten, wenn die Zahlung beispielsweise via Paypal sofort erfolgt. Über diese Mischkalkulation deckt Loviit seine Kosten. Die Gebühren sind für alle Zahlarten gleich: 2,94 Prozent auf den realisierten Umsatz plus 0,27 Cent pro Transaktion. *cf*

Gleiche Gebühr für verschiedene Bezahlverfahren

Retargeting auch in der App

Der Technologieanbieter Criteo hat seine Retargeting-Lösung auf Apps ausgedehnt. Das Tool soll helfen, das Interesse eines Nutzers an einer App nach deren Installation zu verlängern und ihn als Käufer zu gewinnen. Zu diesem Zweck generiert die In-App-Lösung personalisierte dynamische Banner in Echtzeit. So sollen die Nutzer mit für sie relevanten Anzeigen bedient werden. Zudem werden passende Produktempfehlungen verlinkt. Ein Ergebnis-Tracking dient der Erfolgskontrolle.

Basis für die neue Lösung ist die Technologie von Ad-X Tracking, einem Spezialisten für Mobile-Technologie, den Criteo im Juli 2013 übernommen hat. *cf*

IT-Dienstleister und Agenturen: Neue Etats, Kunden und Tools

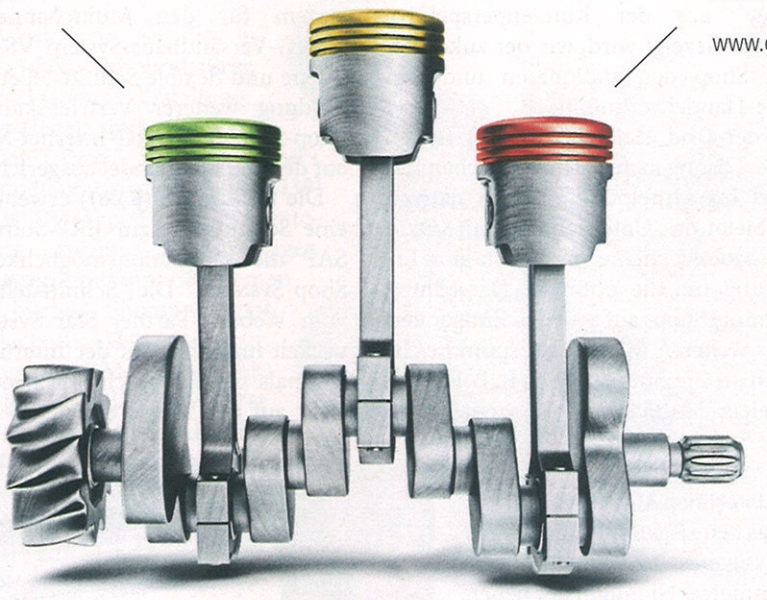
Auftraggeber	Auftrag	Dienstleister
Bundesministerium für Bildung und Forschung	Projekt „Wir im Kiez", Entwicklung einer Internet-Anwendung, die barrierefrei mithilfe von Smartphones und Tablets bedient werden kann	Cocomore AG, Deutsches Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz
Concordia Versicherungsgesellschaft	Screendesign-Optimierung der internen Vertriebsplattform von Concordia Versicherungen	Cybay New Media
Siemens AG	Umsetzung des digitalen Jahresberichts	Conrad Caine
Deutsche Bahn	Mobile Applikation für die Fans von Hertha BSC, um das Stadionerlebnis mit der digitalen Welt zu verknüpfen	Scholz & Volkmer
Egg.de GmbH	Lagerung und Versand von Nahrungsergänzungsmitteln an Freizeitsportler und Trainer	Rhiem Logistik und Fulfillment
Ejot	Einsatz der Commerce-Lösungen Hybris Web Content Management und Hybris Product Content Management	Hybris Software
Get Greens GmbH	Onsite- und Online-Marketing-Optimierung mit der Etracker-Web-Controlling-Suite Gold Edition	Etracker GmbH
Heinrich Obermeyer	Neues Corporate Design und modernisierter B2B-Shop für die Marke Blue Seven	Wiethe Group
Hotelgruppe Kempinski	Einsatz der Brightcove Video Cloud für die interne Kommunikation	Brightcove
Poster XXL	Einsatz der Cloud-Software Zendesk zur Verbesserung des Multichannel-Kundenservices	Zendesk
Rossmann	Relaunch von Rossmann.de, Konzept, Design und technische Umsetzung	Aperto
Sportrade GmbH	Sportartikelmarktplatz auf Basis von Oxid eShop EE 5	Oxid eSales
Super RTL	Relaunch des Kinderportals Toggo.de mit neuem Farb- und Icon-Leitsystem sowie einem eigens entwickelten Content Management System	Elements of Art
TV Spielfilm	Umsetzung der iPhone-Applikation 3.0	Cellular

Ihre Meldung fehlt? Bitte Mail an *pitch@internetworld.de*

intelliAd
User Centered Advertising – 360° Profile aus zahlreichen User-Merkmalen, beispielsweise Customer-Journey, Suchanfragen, Onsite-Verhalten und Customer-Lifetime- Value, bilden die optimale Grundlage für zielgerichtetes Real-Time-Bidding. Das intelliAd Bid-Management für Display steuert die dynamischen Werbemittel in Echtzeit und mit hoher Reichweite aus.
www.intelliad.de

nugg.ad
Digitale Premium Zielgruppen – reichweitenstarke Daten über Soziodemographie, Produktinteressen und Konsumverhalten für effektive, digitale Branding-Kampagnen. Programmatic Premium Solutions bringen die nugg.ad Echtzeit-Technologie ins Zeitalter der automatisierten Werbevermarktung.
www.nugg.ad

optivo
Effektives E-Mail-Marketing basiert auf der richtigen Botschaft zum richtigen Zeitpunkt. Erfolgreich sind Unternehmen, die den Kundenlebenszyklus nutzen, um ihre Kontakte gezielt und automatisiert mit relevanten Informationen anzusprechen.
www.optivo.de



Treffen Sie uns!
d3con CONFERENCE Am 11.02. auf der d3con in Hamburg
ONLINE MARKETING ROCKSTARS Am 21.02. auf den Online Marketing Rockstars in Hamburg
Am 25. und 26.02. auf der Internet World in München
Internet World Die E-Commerce Messe

Onlinewerbung, die wirkt
Einzelne User, ihre Bedürfnisse und ihre individuelle Ansprache stehen immer stärker im Fokus der digitalen Werbeplanung: wie sie einkaufen, wie sie surfen, worauf sie reagieren. Gleichzeitig steigt der Bedarf an Effektivität und Effizienz von digitalen Werbemaßnahmen. Genau hier setzen die **Online Marketing Technologien der Deutschen Post Töchter** an.

Leading Providers of Online Marketing Technologies
intelliAd nugg.ad optivo
Companies of **Deutsche Post DHL**