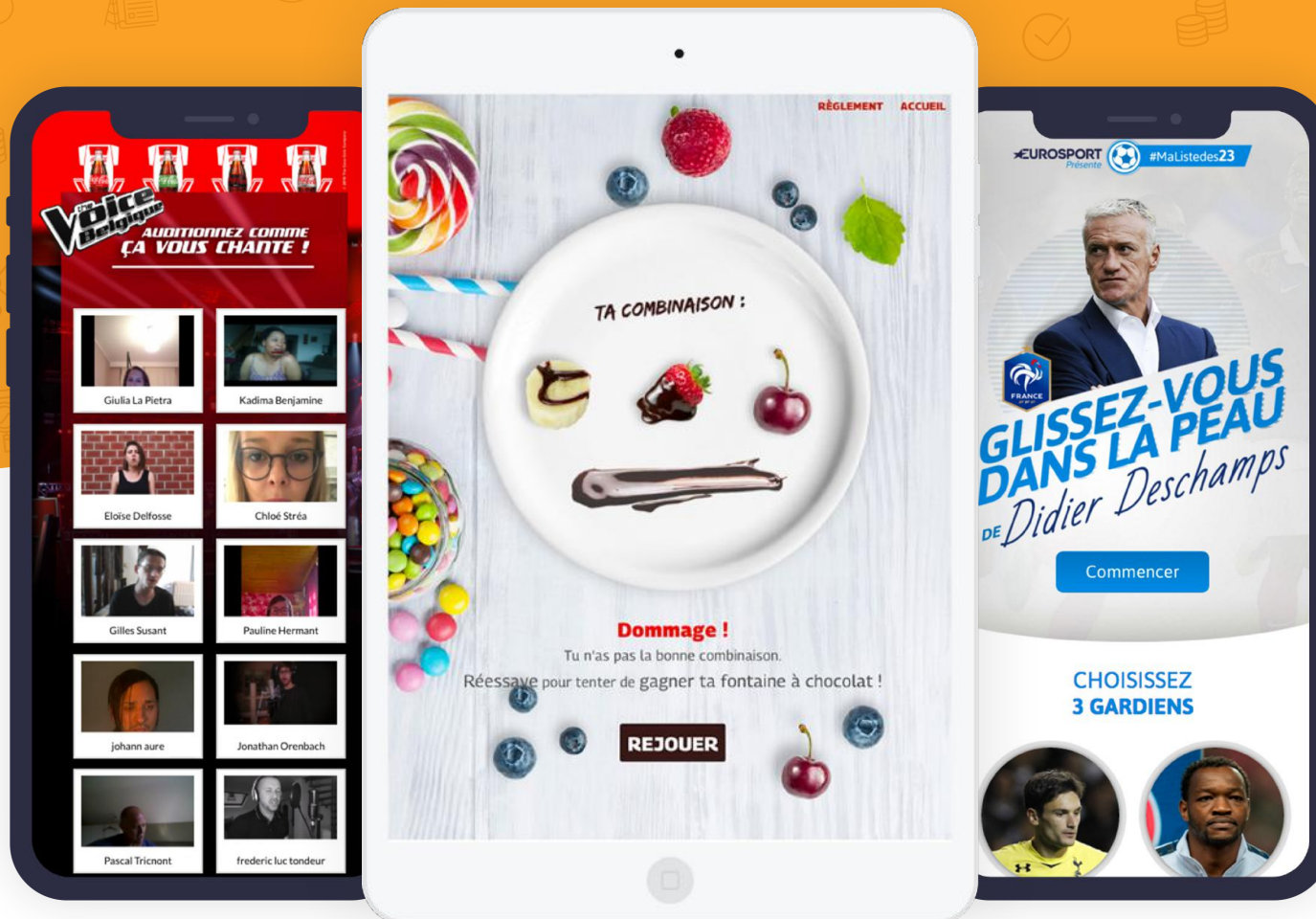


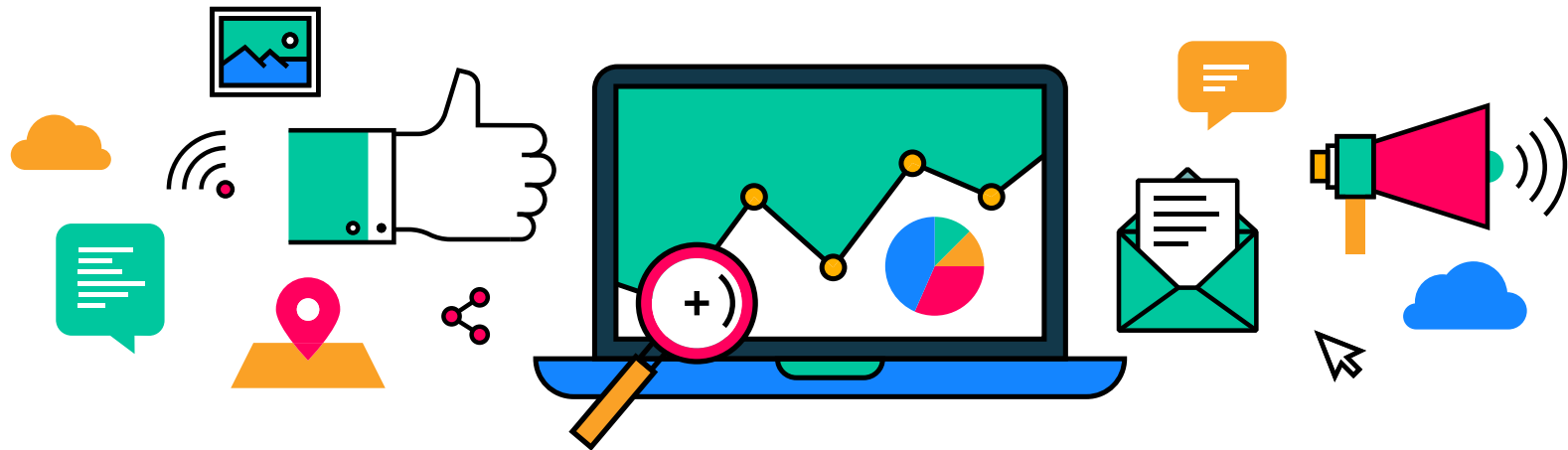


WIE 9 GROÖE EUROPÄISCHE MEDIENGRUPPEN QUALIFIO NUTZEN, UM IHR PUBLIKUM EINZUBEZIEHEN, ZU SEGMENTIEREN UND ZU MONETARISIEREN.



EINLEITUNG

In den letzten 10 Jahren sahen sich Medienkonzerne einer wachsenden Zahl von Herausforderungen bei der Digitalisierung ihrer Angebote ausgesetzt: rückläufiges Publikum für traditionelle Medien, redaktionelle Anpassung an neue digitale Formate und Kanäle, Schwierigkeiten bei der Monetarisierung von Inhalten im Web und auf mobilen Endgeräten, harter Wettbewerb durch Facebook & Google um Werbeeinnahmen, usw.



Diese Herausforderungen wurden auf verschiedenen Ebenen bewältigt: Redaktion, Marketing, Datensammlung, Anzeigenverkauf, usw. Es wurden ehrgeizige Projekte gestartet und technische Plattformen geschaffen, um sich diesen neuen Herausforderungen und dem ständigen Wandel anzupassen: Einführung neuer Publikationsinstrumente, bessere Kenntnis und Segmentierung des Publikums, neue Werbeformate, usw.

Der Einsatz der Qualifio-Plattform in einem Verlag Oder einer Mediengruppe trägt dazu bei, einige dieser Herausforderungen zu meistern:



**Mehr Interaktivität und
"Viralität" in die Inhalte
bringen**



**Das Publikum besser
verstehen und
segmentieren**



**Interessenten und
Leser generieren, die
schrittweise in zahlende
Abonnenten verwandelt
werden können**



**Werbetreibenden
innovative
Werbeformate auf
mehreren Kanälen
bieten**

In diesem ebook haben wir die besten Beispiele für Kampagnen unter unseren Medienkunden herausgesucht, die sich für interaktive statt statische Inhalte entschieden haben, um ihre Marketingziele zu erreichen.

EUROSPORT

Die Eurosport-Gruppe ist Europas führende Sport-Multimedia-Plattform mit 6 TV-Kanälen, 15 Websites und einer großen Vielzahl von Anwendungen für Smartphones und Tablets. Jedes Jahr überträgt Eurosport mehr als 100 Sportarten und wartet mit den größten Sportereignissen der Welt auf, wie die Tennis Grand Slams, die Tour de France oder die Leichtathletik-Meisterschaften.

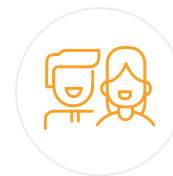
WARUM NUTZEN SIE INTERAKTIVES MARKETING?



Content Creation



Um Sichtbarkeit in sozialen Netzwerken zu schaffen



Um ihr Publikum zu begeistern



Datenjournalismus

Um Statistiken für redaktionelle Zwecke zu nutzen

BEISPIELABSTIMMUNG "MA LISTE DES 23"

Im Rahmen der UEFA EURO 2016 bot Eurosport den Nutzern ihrer Website an, sich in die Rolle von 5 europäischen Trainern zu versetzen und für die 23 Spieler zu stimmen, die sie für die EURO auswählen würden ("MA LISTE DES 23"). Ein effektives Mittel, sein Publikum einzubeziehen und gleichzeitig eine starke Präsenz in sozialen Netzwerken zu schaffen, lange bevor die Meisterschaft beginnt.

ROI



1,1 Millionen
Teilnehmer



4,5 Millionen
Seitenaufrufe



280.000
mal in sozialen
Netzwerken geteilt



#2 GULLI

Gulli ist der Fernsehsender der Gruppe Lagardère Active für Kinder von 4 bis 10 Jahren. Um junge Zuschauer an sich zu binden und neue zu gewinnen, hat der Sender seine Online-Präsenz durch eine Website mit Cartoons, Serien, Replay-Programmen, aber auch ausdrucksreichen Malvorlagen, spielerischen Aktivitäten für Familien und interaktiven Gewinnspielen mit Geschenken verstärkt.

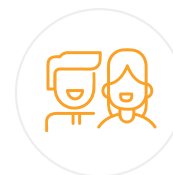
WARUM NUTZEN SIE INTERAKTIVES MARKETING?



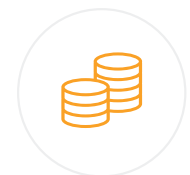
Die Anzahl der Newsletter-Abonnenten zu erhöhen



Die Anzahl der angelegten Konten zu vergrößern



Um ihr Publikum zu animieren und zu begeistern



Um ihre Sponsoringeinnahmen zu steigern,
indem sie ihren Partnern durch Co-Branding-Inhalte mehr Sichtbarkeit verschaffen.

BEISPIEL JACKPOT “LA FONTAINE À CHOCOLAT”

Gulli hat einen süßen Jackpot organisiert, der von Yoocook und Gobel, zwei Herstellern von Küchengeräten, gesponsert wurde, die dafür mehrere Schokoladenbrunnen zur Verfügung stellten. Um zu gewinnen, mussten die Teilnehmer eine Abfolge von drei identischen Früchten erhalten. Für diese Kampagne setzte Gulli ein eigenes Authentifizierungssystem ein und integrierte sein SSO (Single Sign-On) in die Qualifio-Plattform. Internetnutzer, die am Jackpot teilnehmen wollten, mussten sich deswegen entweder mit ihrem bestehenden Gulli-Konto anmelden oder ein Gulli-Konto erstellen.

ROI

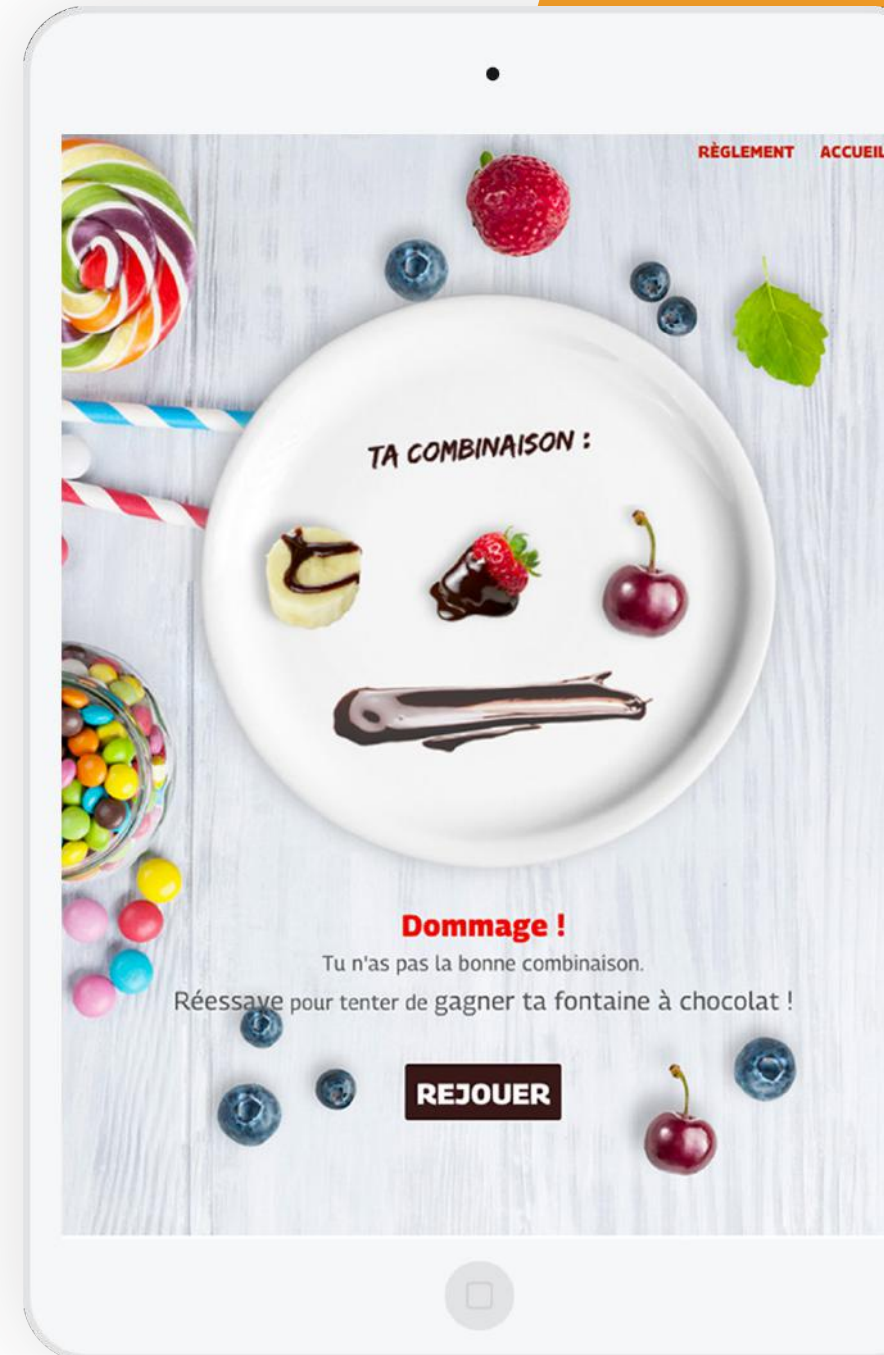


231.763
Teilnahmen



405.219
Seitenaufrufe

Tipp: Steigern Sie Ihre Werbeeinnahmen wie der französischen Sender Gulli, indem Sie Ihre Werbebanner aktualisieren lassen: Jedes Mal, wenn die Teilnehmer zur nächsten Frage wechseln, wird die Seite upgedated und die Werbung am Rand wird automatisch aktualisiert.



DE STANDAARD

Die niederländischsprachige belgische Tageszeitung De Standaard kreiert dank Qualifio zahlreiche interaktive Kampagnen, um politische Themen auf originelle Weise anzugehen. Diese Kampagnen sind zwar oft unterhaltsam gestaltet, ihr Inhalt ist aber immer rein redaktionell. Es geht also nicht um Wettbewerbe oder Preise, sondern um Interaktion und Spaß. Dies alles bei gleichzeitiger Erweiterung des Medienauftrags von De Standaard: den Leser informieren.

WARUM NUTZEN SIE INTERAKTIVES MARKETING?



Um die Leser einzubeziehen



Content Creation



Um Sichtbarkeit und Viralität in sozialen Netzwerken zu erzeugen

BEISPIEL BILDER-QUIZ “TRUMP ODER TARANTINO: WER HAT DAS GESAGT?”

Das Spiel “Trump or Tarantino: Wer hat das gesagt?” ist ein weiteres Beispiel für rein redaktionelle Inhalte. Anstatt einen Artikel über Trumps schockierende Aussagen zu schreiben, hatte De Standaard die Idee, sie mit Zitaten aus Tarantinos Filmen zu vermischen, um daraus ein sehr kreatives Quiz zu machen. Die Teilnehmer mussten herausfinden, wer diesen oder jenen Satz ausgesprochen hatte: Der US-Präsident oder der Regisseur, der ein Fan von satirischen Themen ist.

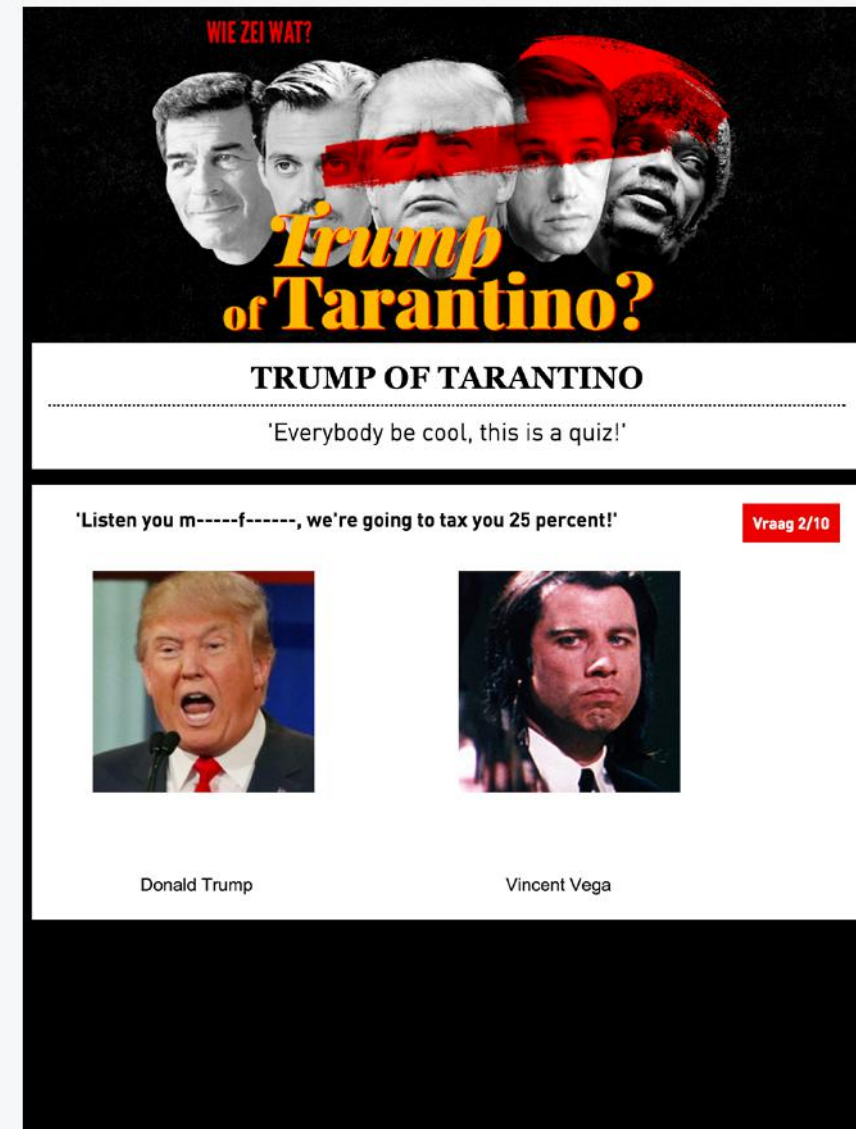
ROI



10.000
Teilnahmen



50
mal auf
Facebook geteilt



BEISPIEL PERSÖNLICHKEITSTEST "SIND SIE EHER DONALD ODER HILLARY?"

"Sind Sie eher Donald oder Hilary?" Persönlichkeitstest. verzückte die Leser von De Standaard. Die Testfragen basierten auf dem politischen Programm, das von den Kandidaten vorgeschlagen wurde und auf ihrer Persönlichkeit. Anhand der Antworten auf diese Fragen konnten die Teilnehmer herausfinden, welcher Kandidat ihren Ideen am nächsten kamen.

ROI



+50.000
Teilnahmen

Tipp: Durch den Einsatz von interaktiven Inhalten in Ihren Artikeln können Sie die Verweildauer auf Ihren Seiten und damit den Wert Ihrer Werbefläche deutlich erhöhen.

FRANCE TÉLÉVISIONS

France Télévisions ist mit neun öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern die Größte audiovisuelle Mediengruppe Frankreichs. Am 5. Februar 2018 startete die Gruppe eine neue digitale Plattform, France.tv slash, mit dem Ziel, Inhalte anzubieten, die an die nichtlinearen Gewohnheiten der "Social-Network-Generation" angepasst sind. Ein neues Angebot für junge Erwachsene, 100% auf Videoinhalten basierend, mit Serien, Dokumentationen, Interviews, Animationen, usw. France.tv slash ist auf France.tv und einigen Sozialen Netzwerken wie Instagram, YouTube, Twitter und Facebook verfügbar.

WARUM NUTZEN SIE INTERAKTIVES MARKETING?



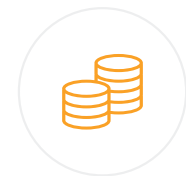
Animation Leitartikel



**Um ihr Publikum zu
animieren und zu
begeistern.**



**Um genaue
Verbraucherdaten zu
sammeln und diese zu
charakterisieren**



**Um ihre
Sponsoringeinnahmen
zu steigern,**
indem sie ihren Partnern durch
Co-Branding-Inhalte mehr
Sichtbarkeit verschaffen.

BEISPIEL VOTING

“LES VICTOIRES DE LA MUSIQUE”

Die Zeremonie “Les Victoires de la Musique”, das französische Pendant zu den Grammys, belohnt die besten Leistungen auf dem Gebiet der Musik und die besten Künstler des Jahres mit verschiedenen Auszeichnungen (beste Künstlerin und beste Künstlerin, bestes Album, usw.). Alle Preise werden von Professionellen vergeben, mit Ausnahme von “La chanson originale de l'année”, das durch Publikums-Voting per SMS oder direkt auf der Website von France TV bestimmt wird. Seit 2013 organisiert France Télévision das gesamte Abstimmungssystem für diesen Preis über die Qualifio-Plattform: Alle Videoclips der Songs wurden innerhalb der Kampagne hochgeladen und die Teilnehmer können sie sich ansehen, bevor sie für ihren Lieblingssong stimmen. Um ihre Teilnahme zu bestätigen, mussten sie ein Formular mit ihren Kontaktdaten ausfüllen.



RTL BELGIUM

Belgien ist eine Tochtergesellschaft der Mediengruppe RTL und Marktführer für französischsprachige Fernseh- und Radiosender in Belgien. Die Gruppe besitzt drei Fernsehsender und zwei Radiosender, die täglich von jeweils über zwei Millionen Fernsehzuschauern und 600.000 Hörern verfolgt werden. Die Website der Gruppe RTLinfo.be empfängt täglich mehr als 275.000 Besucher, auch dank ihrer interaktiven Inhalte.

WARUM NUTZEN SIE INTERAKTIVES MARKETING?



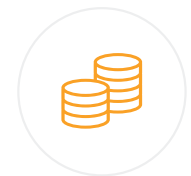
Das eigene Publikum begeistern und animieren



Erhöhung der Zahl der Fans in sozialen Netzwerken



Erhöhung der Anzahl der Newsletter-Abonnenten und der RTL-Account-Erstellung



Steigern der Sponsoringeinnahmen
durch Schaffung einer besseren Bekanntheit mithilfe von Co-Branding-Inhalten

BEISPIEL VERLOSUNG "EIN WOCHENENDE IM DISNEYLAND PARIS"

Radio Contact, einer der Radiosender, die der Gruppe RTL Belgique angehören, hat diese außergewöhnliche Gelegenheit 180 seiner Hörer angeboten. Das Radio verlost ein Wochenende im Disneyland Paris und eine VIP-Party mit DJ Henri PFR. Um einer von 180 glücklichen Gewinnern zu sein, mussten die Teilnehmer eine Frage zu Star Wars richtig beantworten und ihre Teilnahme durch Eingabe ihrer Kontaktdaten bestätigen. Um die digitale Community zu vergrößern, nutzte Radio Contact auch ein Facebook Soft Gate, um die Teilnehmer dazu anzuregen, die Facebook-Seite des Radios zu liken.

ROI



53%
opt-ins



19.555
Teilnahmen



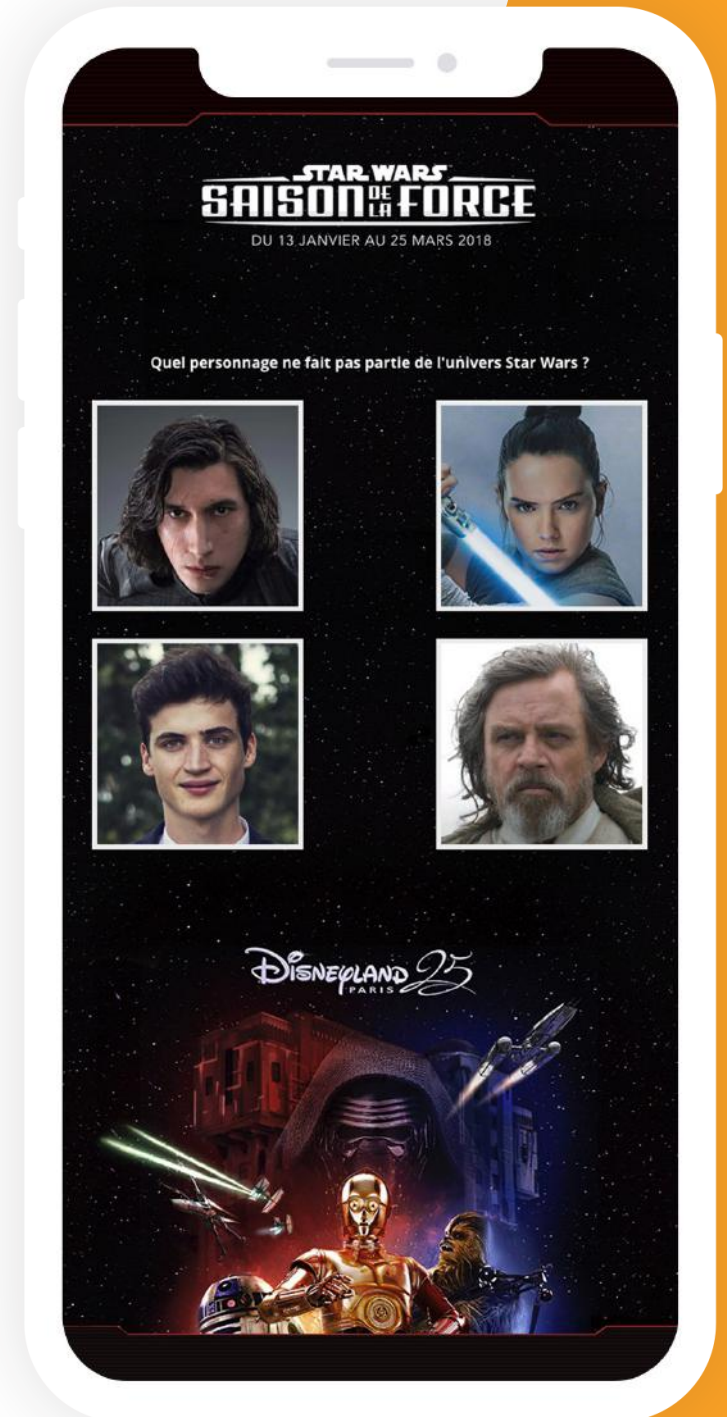
9.387
neue Profile
gesammelt

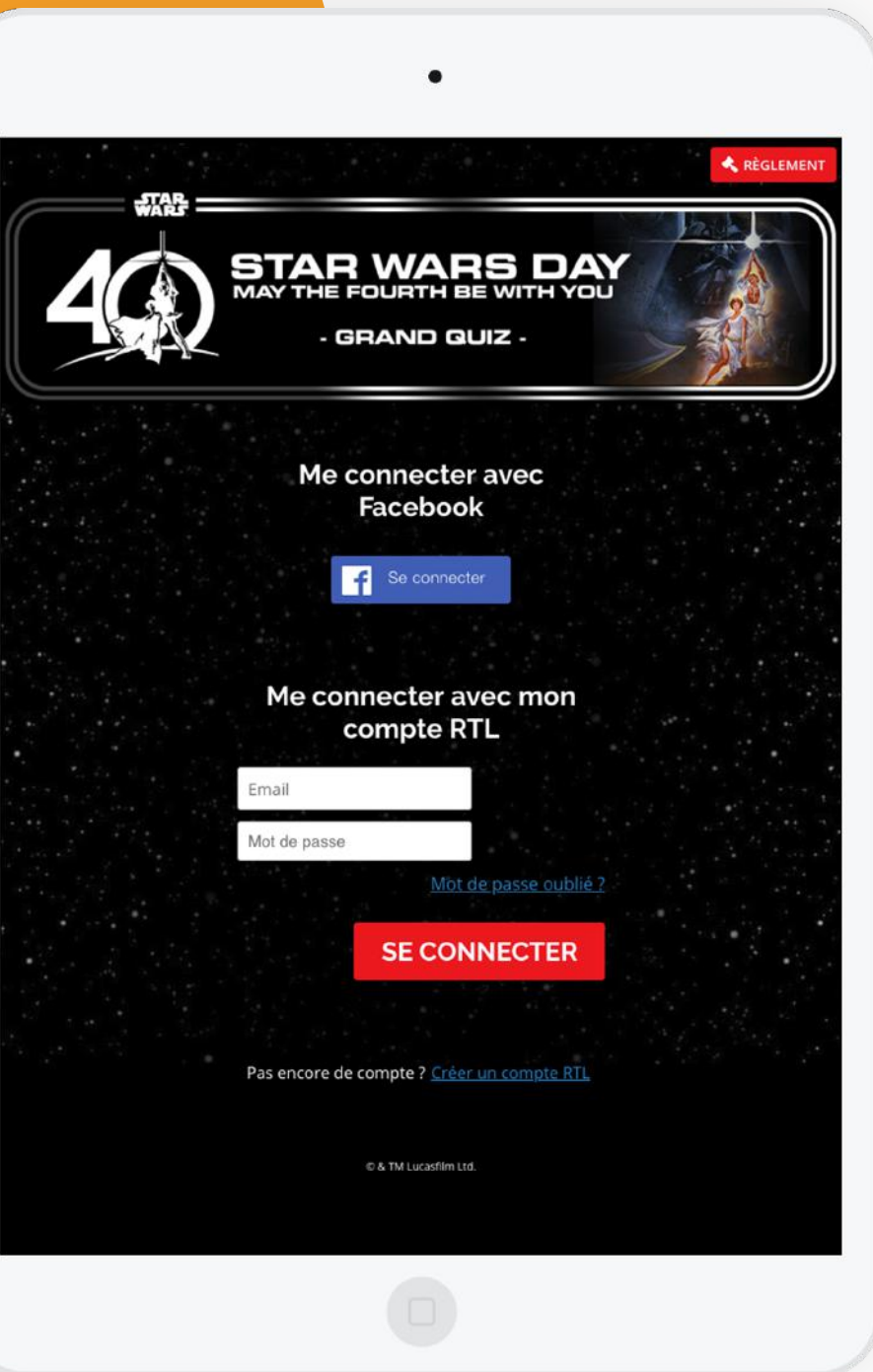


5.119
Facebook-
Shares



+5.000
Facebook-Fans
rekrutiert





BEISPIEL SSO (SINGLE SIGN-ON)

Die Integration eines SSO in die Qualifio-Plattform bedeutet, dass jemand, der bereits über Ihr eigenes Registrierungssystem auf Ihrer Website registriert ist, nicht für jede Ihrer Kampagnen seine Zugangsdaten angeben muss. Er muss lediglich seine E-Mail-Adresse und das Passwort angeben, mit dem er auf alle Ihre Plattformen zugreift, um erkannt zu werden.

Das hat RTL für sein QUIZ "Star Wars Day" unternommen. RTL verwendete ein eigenes SSO, so dass die Benutzer nur ihre E-Mail-Adresse und ihr Passwort eingeben mussten, um am Quiz teilzunehmen. Wenn die Teilnehmer keinen RTL-Account hatten, mussten sie einen solchen anlegen: eine gute Möglichkeit, die Anzahl der RTL-Accounts zu erhöhen. RTL nutzte auch einen Facebook-Login (eine weitere Form von SSO), mit dem sich die Teilnehmer über ein bestehendes Konto in einem sozialen Netzwerk anmelden können, um nicht ein neues Konto speziell für diese Seite erstellen zu müssen.



Die französischsprachige belgische Rundfunk- und Fernsehanstalt "Radio-télévision belge francophone" (RTBF) ist ein autonomes öffentliches Unternehmen mit kultureller Zielsetzung. RTBF verfügt über 3 Fernsehsender, 5 Radiostationen und ein breites digitales Angebot, das aus einer Sendeplattform "RTBF AUVIO", verschiedenen Themenseiten und einer nachhaltigen Präsenz in sozialen Netzwerken besteht.

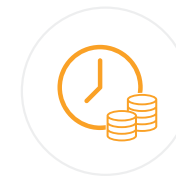
WARUM NUTZEN SIE INTERAKTIVES MARKETING?



Das eigene Publikum begeistern und animieren



Erhöhen Sie die Anzahl der Abonnenten ihres Newsletters oder die ihrer Partner

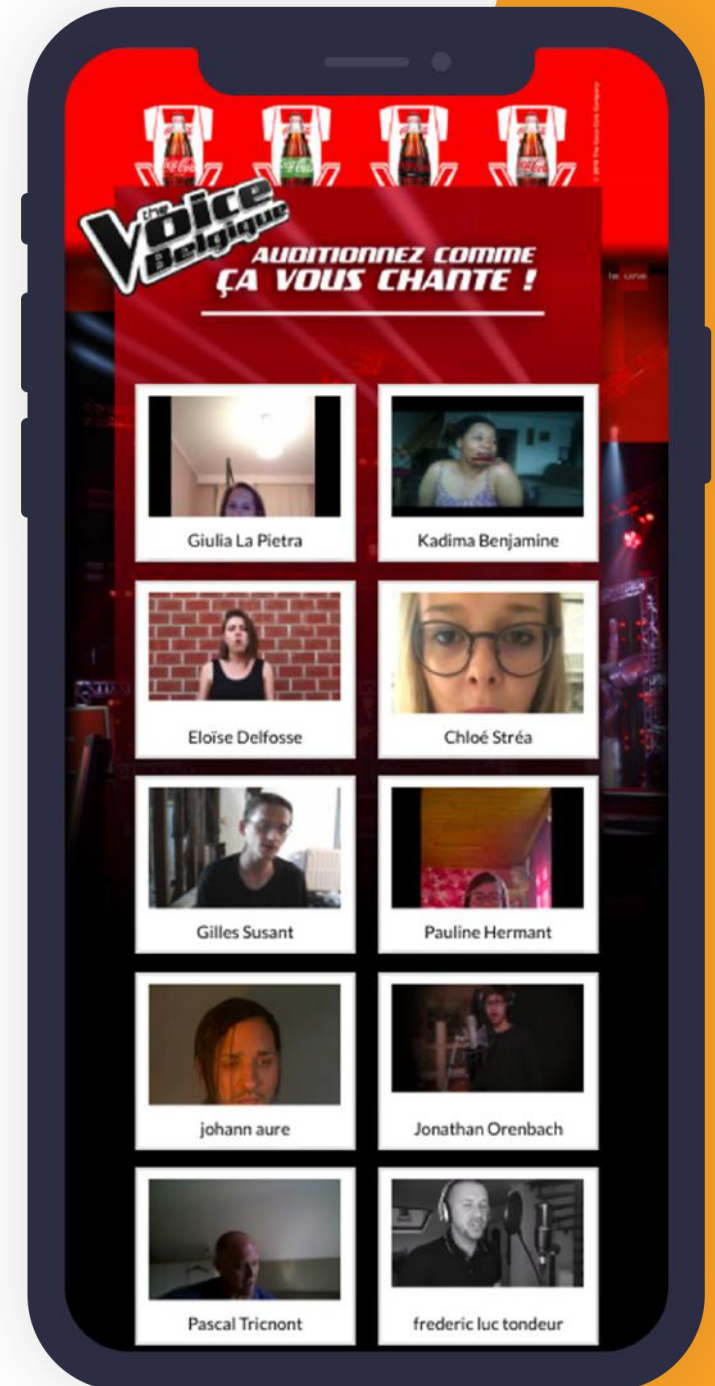
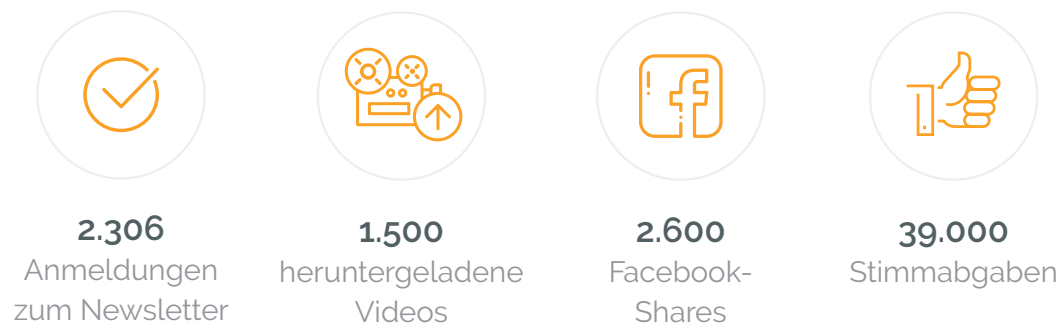


Sparen Sie Zeit und Geld mit einer schlüsselfertigen Lösung

BEISPIEL VIDEO-WETTBEWERB “THE VOICE BELGIUM: AUDITIONS & VOTES”

The Voice ist eines der beliebtesten Programme in der europäischen audiovisuellen Landschaft. Sie wird von RTBF (eine öffentliche Rundfunk- und Fernsehstation) im französischsprachigen Belgien ausgestrahlt. In wenigen Stunden bauten die RTBF-Teams mit Qualifio alle Seiten, Schnittstellen, Formulare und Galerien auf, um das Verfahren der Registrierung der Kandidaten und Abstimmung zu managen. Das Ganze ist vollständig in die RTBF-Website integriert. Die Kandidaten können sich registrieren und ihr Video in einer von RTBF moderierten Galerie hochladen. Die Kandidaten werden von einer Jury ausgewählt, aber auch das Publikum hat die Möglichkeit, für seine Lieblingskandidaten zu stimmen.

ROI



M6 GROUP

Groupe M6 ist eine Multimedia-Gruppe, die eine breite Palette von Programmen, Produkten und Dienstleistungen anbietet: Fernsehen, Radio, Werbung, Produktion und Akquisition von Inhalten, Digital, E-Commerce, Kino, Musik, Events, etc. Durch gezielte Diversifikation und innovative Angebote, wie die 2013 gestartete digitale Plattform 6play, hat der Konzern seine Aktivitäten sukzessive ausgebaut. Ihr Ziel: die Komplementarität ihrer Programme zu entwickeln, um den Erwartungen der verschiedenen Zielgruppen und den neuen Konsummustern gerecht zu werden.

WARUM NUTZEN SIE INTERAKTIVES MARKETING?



Das eigene Publikum begeistern und animieren



Erhöhung der Sichtbarkeit und Viralität



Erhöhung der Anzahl der Newsletter-Abonnenten



Besucher binden,
indem sie zur Rückkehr ermutigt werden, durch Spaß und spannende Aktivitäten.

BEISPIEL WETTBEWERB

“GEWINNEN SIE 15 HAIER V6 TELEFONE”

M6 hat diesen Wettbewerb über einen Zeitraum von 15 Wochen lanciert! Die Gruppe hatte für jede Woche unterschiedliche Fragen und begrenzte Teilnehmerzahlen geplant, so dass jeder Teilnehmer nur einmal am Tag spielen konnte. Die Teilnehmer mussten jede Woche zum Quiz zurückkehren, um ihre Gewinnchancen auf Haier-Handys zu erhöhen. M6 erstellt oft Kampagnen, die mehrere Wochen andauern (mit unterschiedlichen Fragen für jede Woche oder mit neuen Fragen, die erst am Ende der Woche aufgedeckt werden), um seine Nutzer zu ermutigen, zu seinen Kanälen zurückzukehren.

ROI



5.851
Anmeldungen
zum Haier
Newsletter



57.000
Teilnahmen



12.860
neue Profile
gesammelt



2.900
Facebook-
Shares



Civilité*

☐ Femme ☐ Homme

Email*

Nom*

Prénom*

Adresse*

Code postal*

Ville*

Date de naissance*

Téléphone

EURONEWS

Seit März 2018 zählt Euronews zu den Kunden von Qualifio. Der internationale Nachrichtensender bietet seinen Besuchern und Werbetreibenden jetzt auch vermehrt interaktive und innovative digitale Inhalte. Zu Beginn dieser Zusammenarbeit wurde Qualifio technischer Partner der ersten European Leadership Awards, die am 22. Mai 2018 von Euronews und dem European Business Summit (EBS) in Brüssel organisiert wurden.

WARUM NUTZEN SIE INTERAKTIVES MARKETING?



**Sichtbarkeit und
Viralität erzeugen**



**Das digitale
Publikum
begeistern**



Content Creation

BEISPIEL ABSTIMMUNG “EUROPEAN LEADERSHIP AWARDS 2018”

Die Abstimmungskampagne ermöglichte es den Zuschauern und Besuchern der Euronews und EBS Seiten, die drei Persönlichkeiten des Jahres in 5 Kategorien auszuwählen. Nach der Online-Abstimmung wurden die drei Gewinner einer Fachjury vorgestellt. Der Gewinner jeder Kategorie wurde bei der Zeremonie in Brüssel ausgezeichnet, die live auf Euronews und euronews.com übertragen wurde. Diese jährliche Veranstaltung bringt die Zivilgesellschaft und europäische Entscheidungsträger zusammen, um die großen Herausforderungen des Jahres zu diskutieren. Ein ausgezeichneteter Hebel, um die Wirkung und Viralität dieser Veranstaltung zu erhöhen, indem ein potenziell sehr großes Publikum erreicht wird.

ROI (IN NUR 2 WOCHEN)



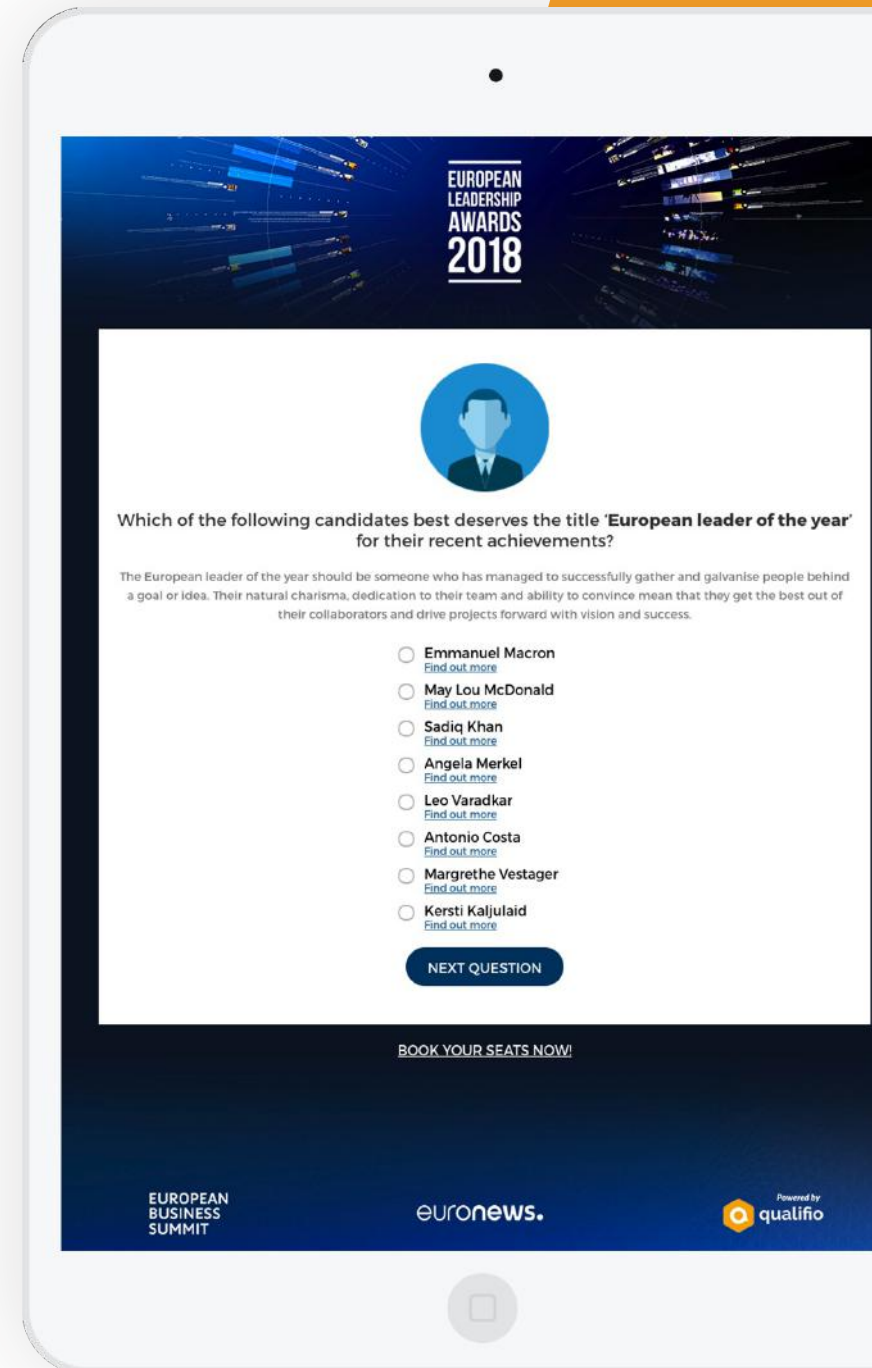
Über 22.500
einzigartige
Teilnehmer



49%
Opt-Ins für den
Newsletter



301.004
Seitenaufrufe



#9 EL PAÍS

El País ist die führende spanische Tageszeitung und gehört zur PRISA Mediengruppe. Die Zeitung hat ihre digitale Präsenz unter anderem mit ihrer neuen Plattform "El País Video" verstärkt und ist zur einflussreichsten Informationsquelle im Internet für Spanischsprachige geworden. Um ihre Leser zu begeistern, nutzt El País interaktive Inhalte.

WARUM NUTZEN SIE INTERAKTIVES MARKETING?



**Das Publikum
binden**



Content Creation



**Erhöhung der Anzahl
der angelegten
Konten**



**Begeistern Sie Ihr
Publikum und steigern
Sie den Traffic auf der
Website**

BEISPIEL QUIZ MIT DEM SAMMELN VON "SAPIENS"-PUNKTEN

Um das Publikum zu binden, startete El País im Sommer ein Quiz mit Sammel-Punkten. Jeden Tag können die Nutzer auf die Facebook-Seite oder Website des Tages zurückkehren und ein Quiz spielen, um ihre Punktzahl zu erhöhen. Für jeden Tag hatte El País verschiedene Fragen geplant. Die Tageszeitung verwendete ein eigenes SSO (Authentifizierungssystem), so dass die Benutzer nur ihre E-Mail-Adresse und ihr Passwort eingeben mussten, um am Quiz teilzunehmen. Wenn die Teilnehmer keinen RTL-Account hatten, mussten sie einen solchen anlegen: eine gute Möglichkeit, die Anzahl der RTL-Accounts zu erhöhen.

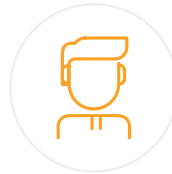
ROI



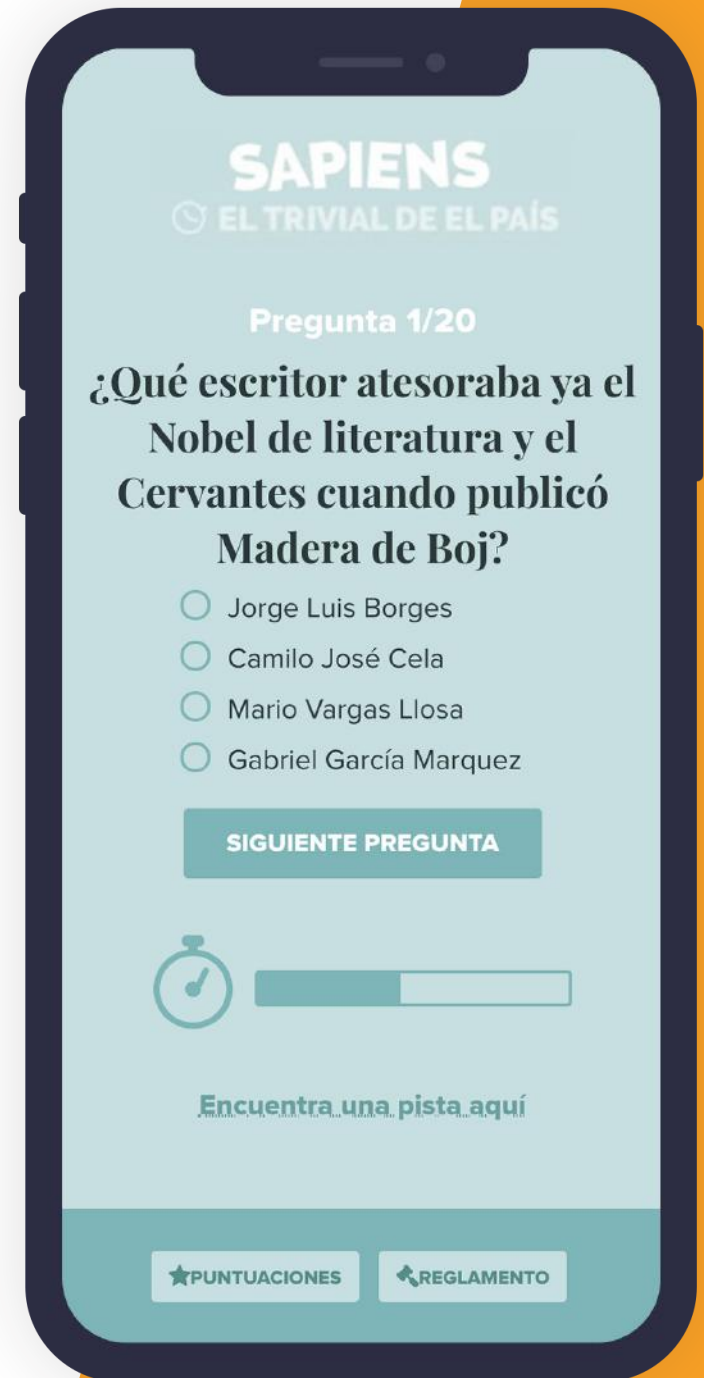
32.678
Teilnahmen



6.099
neue Profile
gesammelt



Stabilisierung der Anzahl der in der
Sommer-Nebensaison angelegten
Konten, historisch gesehen im freien Fall



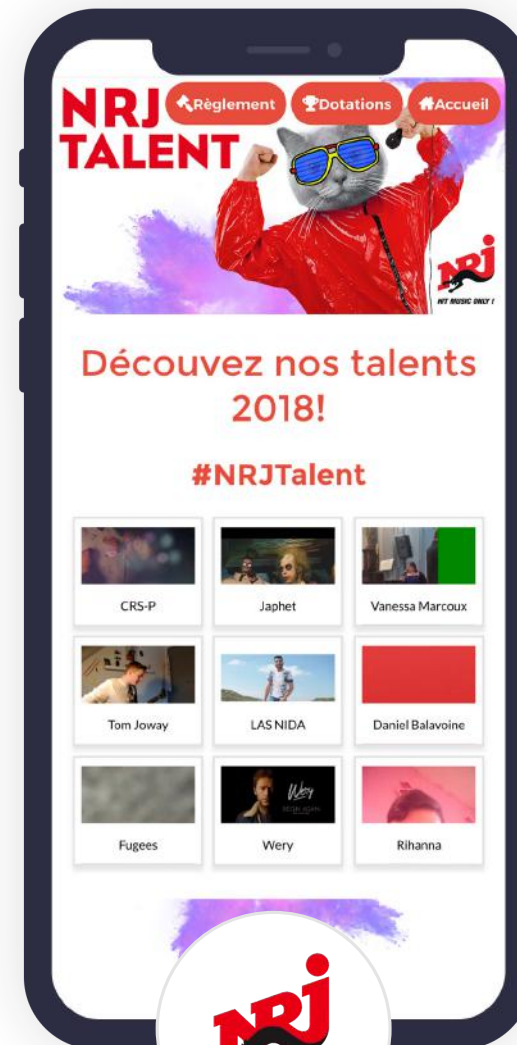
WEITERE BEISPIELE UNSERER KUNDEN



ELLE



sanoma



NRJ
HIT MUSIC ONLY !

LE FIGARO · fr | Actu | Economie | Sport | Culture | Lifestyle | Madame | Editions abonnés | Figaro Store | FigaroTV | Santé | Etudiant | FigaroChic.cn | Histoire | Bourse | N

LE FIGARO · fr
télé avec TV

En Direct Magazine

News Séries **Le Scan Télé** Vidéos Programmes TV Horoscope +

Suivre Recherche

J'aime 60 Tweet 0

LE FIGARO · fr télé avec TV

Quel héros de série TV êtes-vous ?

Êtes-vous plutôt Daredevil ou Daenerys Targaryen ?
Phil Dunphy ou Piper Chapman ?

JEU-CONCOURS

À GAGNER :

Du 1^{er} prix au 4^{ème} prix :

L'intégrale des 8 saisons
de la série Dr. House
en DVD

Prénom * :

Nom * :

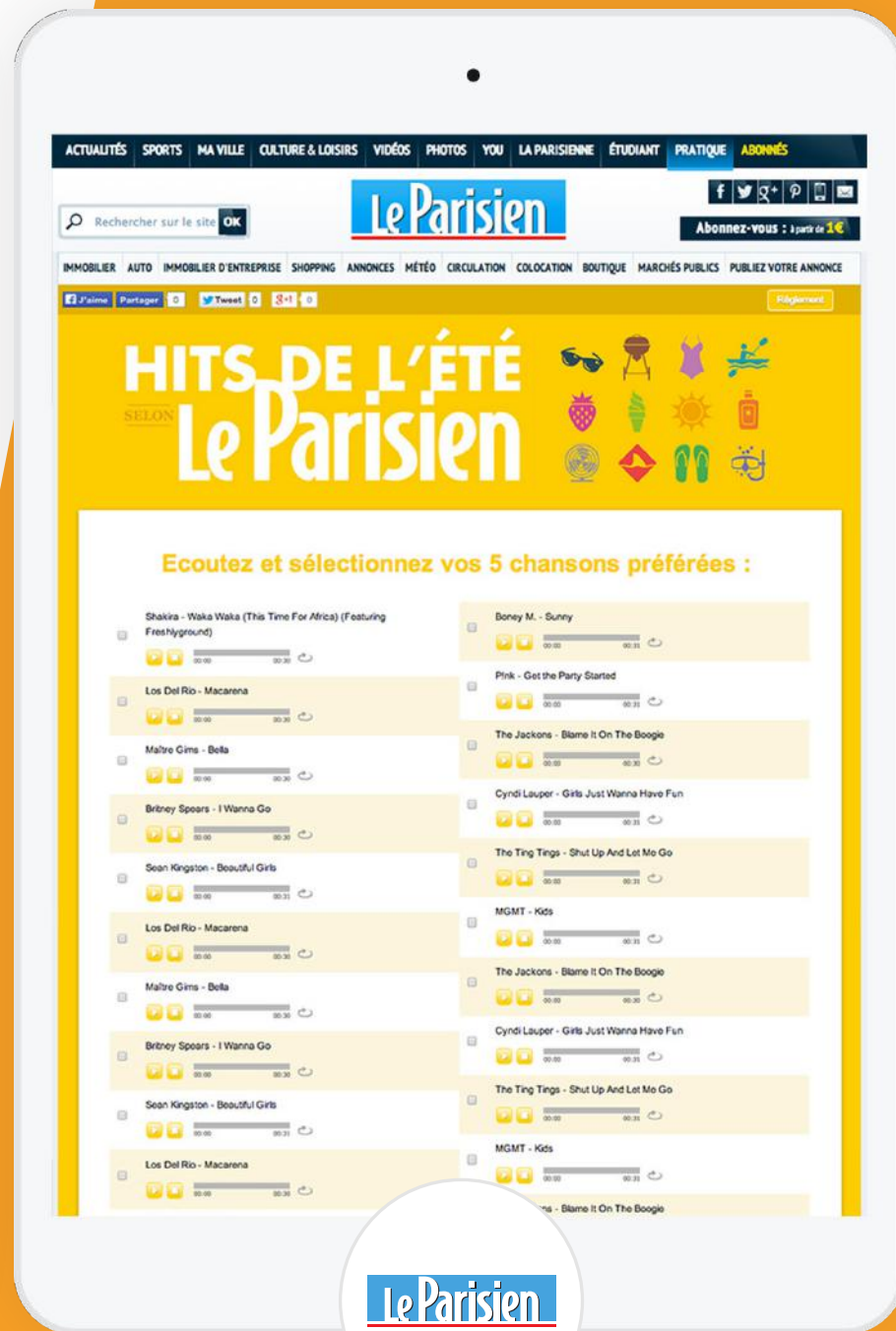
Code postal :

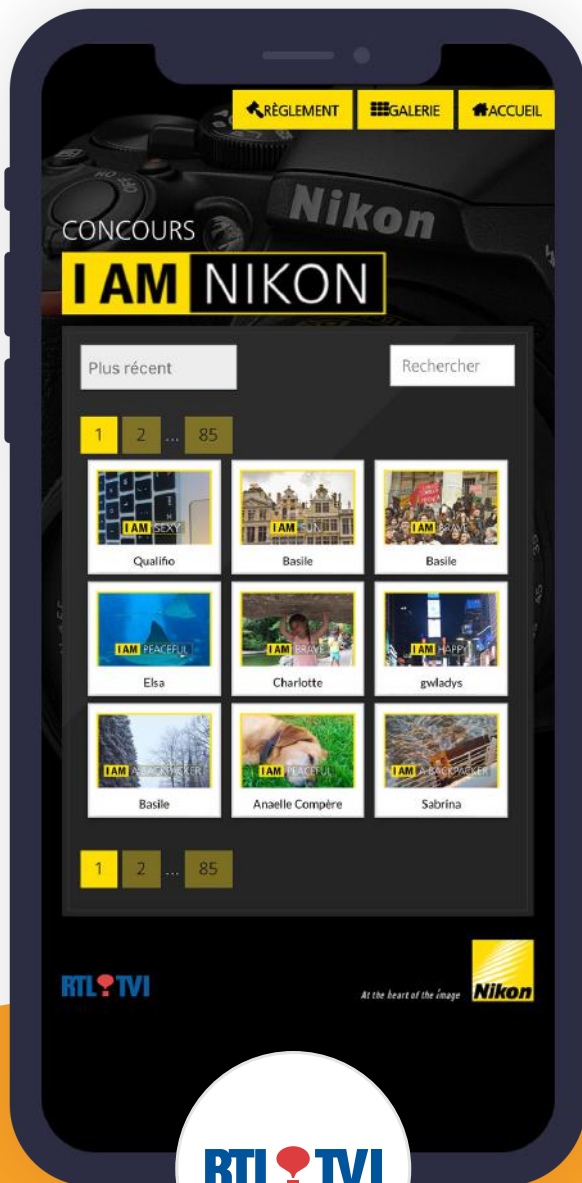
E-mail * :

☐ Je souhaite recevoir la grille et la sélection des programmes TV du jour

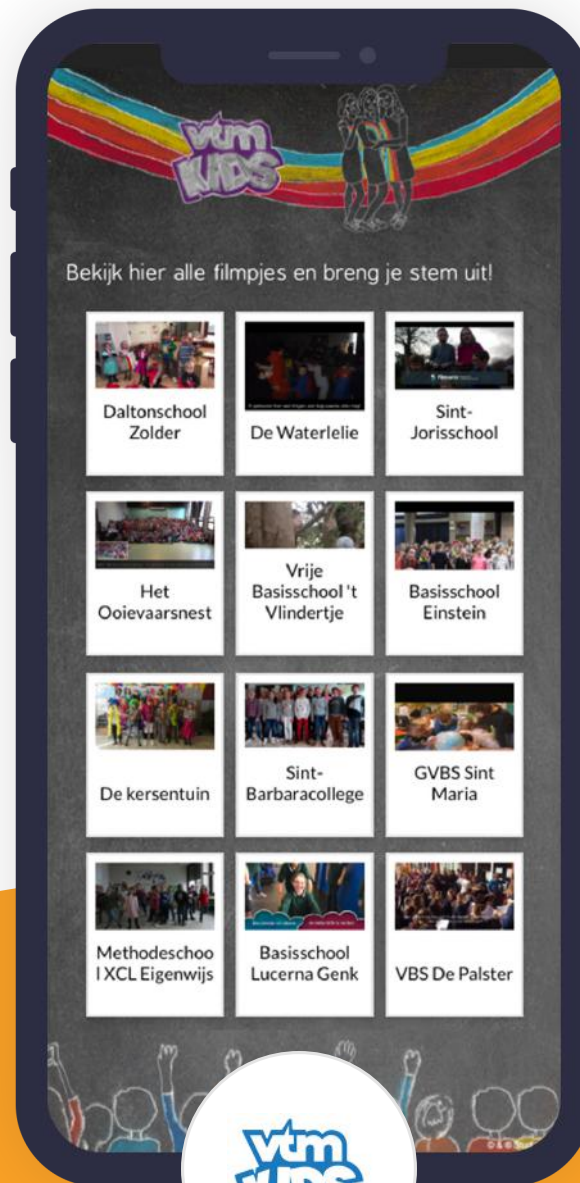
Envoyer

Règlement





RTL TVI



vtm KIDS



LE SOIR



Pregunta 1/7

¿Qué crees que piensan los demás cuando ven tu cocina por primera vez?



- ☐ Me suelen decir que es bonita y acogedora. Siempre está ordenada.
- ☐ ¡Creen que es muy original!
- ☐ Procuro no enseñar a mis invitados la cocina.

SIGUIENTE PREGUNTA

Services
Newsletters
Montres
Auto
Vin
Phébé
Le Point Pop
f
t
Q
Identifiez-vous
Abonnez-vous

MENU
Le Point


Politique
International
Économie
Tech & Net
Culture
Débats
Sciences
Santé
Sports
Lifestyle
Afrique
Vidéos
Abonnés

f
t
G
Réglement

Jeu-concours
Cap sur l'océan Indien cet hiver !






Tentez de gagner un séjour d'exception pour deux personnes à l'île Maurice avec Air Mauritius et dans le décor de rêve de l'hôtel cinq étoiles luxe Maradiva Villas Resort & Spa.

Valeur: **5 340€**




À gagner :

- 5 nuits en demi-pension au Maradiva Villas Resort & Spa
- 2 billets A/R avec la compagnie Air Mauritius à direction de l'île Maurice

Pour connaître les détails de l'offre, rendez-vous en bas de la page (*).

À vous de jouer !

Pour participer, merci de renseigner le formulaire ci-dessous :

Genre*
☐ Monsieur

lepoint.fr

LE SOIR
18° min 9°
-0.52% BEL 20 03/10 1.6-1.2%
221 km

Actu
Sports
Culture
Économie
Débats
Blogs
Images
Victoire
Mag
Le Soir+

Accueil

ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE AMÉRICAINE 2016

★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★

VS




Merci d'avoir participé à notre test.

Consultez tous nos articles [sur la présidentielle américaine dans notre dossier.](#)


Vous êtes plutôt Clinton
50 %


Vous êtes plutôt Trump
50 %



LE SOIR



Win een Rode Duivels Fan Flight beleving naar Rusland!

Inspireer de Rode Duivels op weg naar Rusland en kies welke iconische momenten een plek verdienen aan boord van Brussels Airlines' Trident.

Brussels Airlines zal onze Rode Duivels inspireren op weg naar Rusland - aan boord van het officiële Rode Duivels-vliegtuig de Trident. Als lezer van HLN beslis jij exclusief welke stukjes Belgische voetbalgeschiedenis vereeuwigd worden in het vliegtuig.

Stem uitgebracht? Dan maak je kans om zelf mee te vliegen naar Sochi om onze Rode Duivels aan te moedigen.

De foto's met de meeste stemmen uit elke van deze 5 categorieën gaan mee aan boord:



[Uit de oude doos](#)



[De gouden jaren](#)



[De huidige generatie](#)

DAS SAGEN UNSERE KUNDEN

"Unsere Kampagne war ein echter Erfolg, weil sie einen hohen Bindungsfaktor hat. Außerdem haben wir die Teilnahme nicht eingeschränkt, also sind die Zahlen ziemlich beeindruckend: es wurden über 210.000 Spiele und 1.500 Gulli-Accounts in drei Wochen erstellt!"

— Virgine Proteau, stellvertretende Digitaldirektorin bei Gulli



"Wir mussten verschiedene Formate intuitiv einrichten können, um Entwicklungszeit zu sparen. In der heutigen schnelllebigen Redaktionsumgebung ist das kostbare Zeit, die wir uns nicht leisten können."

— Andy Stevens, Redakteur Sonderprojekte bei De Standaard

"Die Arbeit mit der Qualifio-Plattform für dieses Projekt war einfach und gleichzeitig schnell und kostengünstig. Wir haben die Schnittstellen und Formulare ohne jedes Problem erstellen können und die Nutzer laden ihre Videos massiv auf die dafür bestimmten Seiten hoch. Der Helpdesk von Qualifio hilft uns bei Format- und Konvertierungsproblemen."

— Marie-Paule Lemmens, Projektleiterin The Voice Belgium bei RTBF



"Wie in allen wichtigen Medien besteht auch bei Euronews eine der Herausforderungen darin, Formate anzubieten, die der neuen Art und Weise entsprechen, in der unser Publikum Informationen konsumiert. Dies bedeutet, dass wir auf unseren digitalen Medien Interaktionen anbieten, die unseren Besuchern durch verschiedene Arten interaktiver Formate, wie z. B. Umfragen, eine Stimme geben. Qualifio wird uns dabei helfen, qualitativ hochwertige Informationen anzubieten und diese für ein noch zahlreicheres Publikum gleichzeitig dynamischer, interaktiver und noch zugänglicher zu machen."

— Youva Bouzidi, Head of Digital Products at Euronews



WAS IST QUALIFIO?

Qualifio ist die europäische Referenzplattform für interaktives Marketing und Datenerhebung. Sie ermöglicht Medien, Marken und Agenturen die einfache Erstellung und Veröffentlichung interaktiver Inhalte auf Websites, mobilen Anwendungen und sozialen Netzwerken. Quizze, Wettbewerbe, Umfragen, Persönlichkeitstests, animierte Spiele und über 40 weitere innovative Formate ermöglichen es ihnen, Daten zu erheben und ihr digitales Publikum zu entwickeln, einzubinden, zu qualifizieren, zu segmentieren und zu monetarisieren.

WIE FUNKTIONIERT ES?



Erstellen

Wählen Sie Ihre interaktive Kampagne aus mehr als 40 Formaten, gestalten Sie sie von A bis Z und ohne technischen Eingriff



Veröffentlichen

Veröffentlichen Sie Ihre Kampagne mit wenigen Klicks auf Ihren Websites, mobilen Apps und sozialen Netzwerken



Ergebnisse erhalten

Anzeigen und Exportieren von Kampagnendaten und Statistiken in Echtzeit



Segmentieren & Monetarisieren

Einfache Anbindung der Plattform an Ihre Marketing- und Datentools (CRM, DMP, E-Mail-Tools, Single Sign-On, Analytics, etc.)

www.qualifio.com

DEMO ANFORDERN

Buchen Sie Ihre Demo mit individuellen Beispielen

DEMO ANFORDERN

Brauchen Sie zunächst weitere Informationen?

KONTAKTIEREN SIE UNS

Möchten Sie mehr Inhalte wie diesen erhalten? [Abonnieren Sie unseren Newsletter](#) - Expertentipps, Fallstudien, RGPD-Tipps, Videos, kostenlose Webinare und andere hochwertige Inhalte direkt in Ihren Posteingang.



www.qualifio.com