



DISPLAY ADVERTISING

UMFELDPLANUNG VERSUS PROGRAMMATIC

Display-Kampagnen sind integraler Bestandteil des Marketing-Mix. Die Planung erfolgt umfeldbasiert (klassisch) oder nutzerbasiert (programmatisch).

Möglichkeiten und Vorteile der unterschiedlichen Vorgehensweisen:

1. KLASSISCHE UMFELDBASIERTE PLANUNG: „HUMAN TARGETING“

Welche Webseiten passen zu Ihrer Marke/Ihren Produkten? Markt-Media-Studien wie die AGOF oder Nutzer- und Zielgruppenbeschreibungen der Webseiten-Betreiber dienen als Grundlage bei der Auswahl der für Sie passenden Umfelder.

Je nach Kampagnenziel kommen unterschiedliche Buchungsmethoden für Sie infrage:

- **Run of Network (RoN):**
Hierbei werden Ihre Display Ads in einem gesamten Werbenetzwerk geschaltet. Interessant für Sie, wenn Sie mit Ihrer Kampagne eine **hohe Reichweite** erzielen möchten, wie z. B. bei **Produktneueinführungen, Spendenkampagnen nach Katastrophen** usw.
- **Run of Channel (RoC):**
Ihre Display Ads werden in zielgruppenaffinen Umfeldern platziert, wie beispielsweise Sport, Frauen, Finanzen, Autos u. ä. Die Reichweite ist zwar geringer als bei RoN-Kampagnen, aber Ihre Werbemittel werden in **zielgruppenrelevanten Themenbereichen** platziert und Sie **reduzieren** damit Ihre **Streuverluste**. Interessant für Kampagnen, bei denen Placement und Targeting eine Rolle spielen.
- **Run of Side (RoS):**
Möchten Sie mit Ihrer Marke/Ihren Produkten besonders auffallen und denken über **Sonderwerbformen, außergewöhnliche Konzepte** und **kreative Inszenierungen** (z. B. emotionale Marken-Inszenierungen) nach? Dann sind RoS-Platzierungen für Sie das Richtige, denn hier haben Sie die Möglichkeit, Ihre Display Ads auf einzelnen Webseiten – getreu dem Motto „**Klasse statt Masse**“ – im **zielgruppenaffinen Umfeld** zu schalten.

IHRE VORTEILE:

- Transparente Ausspielung Ihrer Display Ads
- Platzierung nur in markenkonformen Umfeldern
- Pixel-Implementierung auf Ihrer Webseite nicht erforderlich
- Unterschiedliche Abrechnungsmodelle (TKP, CPC, CPL, CPO - je nach Buchungsmethode)
- Sonderformate möglich

2. NUTZERBASIERTE PLANUNG: PROGRAMMATIC-ADVERTISING

Wo sind Ihre potenziellen Kunden im Netz unterwegs? Im Gegensatz zur klassischen Planung wird bei der nutzerbasierten Planung die Schaltung Ihrer Display Ads nicht mehr am Werbeumfeld, sondern am Surf-Verhalten der Nutzer ausgerichtet. Hierzu werden die User, die Ihre Seite besuchen, analysiert und es werden statistische Zwillinge gebildet. Die Ausspielung Ihrer Werbemittel erfolgt programmatisch. Die Anzeigenflächen werden über eine Auktion verhandelt:

- **Open Auction:**
Jeder kann mit jedem handeln. Interessant für Sie, wenn Sie mit Ihrer Kampagne eine **hohe Reichweite** erzielen möchten (wie bei RoN-Kampagnen) und das Werbeumfeld nicht relevant ist.
- **Private Auction:**
Nur ausgewählte Werbetreibende haben Zugriff auf die Auktion. Die **Platzierung** Ihrer Display Ads erfolgt ausschließlich **im Premium-Medienbestand** (Verlagsumfelder, Retailer usw.) unter Berücksichtigung der im Vorfeld definierten Parameter (Umfeld + Zielgruppen-Profil). Interessant, wenn neben Targeting auch Placement eine Rolle spielt.

PROGRAMMATIC ADVERTISING – WANN GEEIGNET?

- Sie verwenden Standard Display Formate
- Zum Sammeln von Kundendaten (Bildung statistischer Zwillinge) darf auf Ihrer Webseite ein Pixel implementiert werden
- Auf Ihrer Seite gibt es ausreichende Besucherzahlen; je mehr Besucher, desto schneller "lernt" der Algorithmus
- Ihr Display Ad muss eine Post-View-Konvertierung erhalten (i. d. R. 3-7 Tage = der Benutzer sieht Ihre Display-Anzeige, klickt aber nicht sofort, sondern kehrt innerhalb des definierten Zeitraums zu Ihrer Webseite zurück und konvertiert)
- TKP-Abrechnungsmodelle kommen für Sie infrage

Conversion Rates sind beim Programmatischen Einkauf in der Regel besser als bei RoN-Kampagnen. Teilen Sie uns Ihre KPIs (Ziel-TKP, Ziel-CPO etc.) mit, dann können wir den Erfolg Ihrer eingekauften Kampagne sehr genau kontrollieren und optimieren.

WAS SIE BEI UNS ERWARTEN DÜRFEN

 Individueller Mediaplan 100% zugeschnitten auf die eigenen Bedürfnisse und jederzeit anpassbar, sodass Ihr Budget optimal auf die Ziele ausgerichtet werden kann.	 Kampagnen-Management Wöchentliches, transparentes Optimierungs-Reporting mit Strategien, Kosten und Ergebnissen. Erforderliche Anpassungen können damit jederzeit vorgenommen werden.	 Reporting Abschlussreports mit Analysen rund um Zielgruppe, Umfeld, Werbemittelperformance, PLZ Performance etc.
--	--	---

Testen Sie uns!