

30.03.2011



5 Praxistipps für erfolgreiche RTB Kampagnen

1. Billig ist nicht gleich günstig.

Gute Qualität ist günstiger als schlechte.

Facts & Tipps

0,02 € TKP: Speedtreff.de, mawaly.com...

>2,90 € TKP: Tagesspiegel.de, abendblatt.de...

Viele Umfelder erst ab >1,50 € TKP verfügbar

Max. TKP $\neq$ avg. TKP: 2nd price auction!

Minimal TKPs => 90% Intl. Sites



Egal, wo die Audience erreicht wird?

Top 7 posts of yesterday
442
16 Kg in nur 4 Wochen abnehmen

Aus dem Verlag DER TAGESSPIEGEL zitty BERLIN POTSDAMER BOOTSHANDEL

Zeitung Heute Abo Anzeigenmarkt Tickets Shop Sudoku RSS Donnerstag, 29. März 2012

Meine Lesezeichen Neu hier? LOGIN

Suche Berlin 9°C

STARTSEITE POLITIK BERLIN WIRTSCHAFT SPORT KULTUR WELT MEINUNG MEDIEN WISSEN AUTO

DIGITAL GAMES UND APPS TEST UND TECHNIK WERBE-BEILAGEN

28.03.2012 14:16 Uhr Kommentare: 24

Late-Night-Show
Aus für Harald Schmidt
Von Sonja Pohlmann

UPDATE Nach nur acht Monaten Sendezeit macht Sat.1 Schluss mit der „Harald Schmidt Show“. Der Grund: Zu wenige Zuschauer. Der Entertainer selbst kommentiert die Entscheidung nur mit einem Wort.

Empfehlen Twittern +1

Harald Schmidt wollte es noch einmal allen zeigen, als er im vergangenen September

GELD.de
Entdecke Dein Sparpotential

Reiseversicherung

Alle Reisen im Jahr versichert!

- ✓ Reisekrankenversicherung
- ✓ Reiserücktrittsversicherung
- ✓ Reisegepäckversicherung

Jetzt berechnen

AKTUELLESTE BILDERGALERIEN

experteerte

Führende Headhunter suchen Sie

Diskret zu 10.000 Personalberatern

JETZT ANMELDEN

Audience + Umfeld = Erfolg

Testweise hoch bieten

Qualität

= Sichtbarkeit (above the fold)

= qualifizierte Response

= Brand Safety

= Performance

...hat auch im RTB ihren Preis.

2. Whitelists statt Blacklists

Budget sinnvoll steuern, Inventar eingrenzen.

Facts & Tipps

Ohne Filter: 50.000 Sites und mehr.

>80% liefern keine Erkenntnisse.

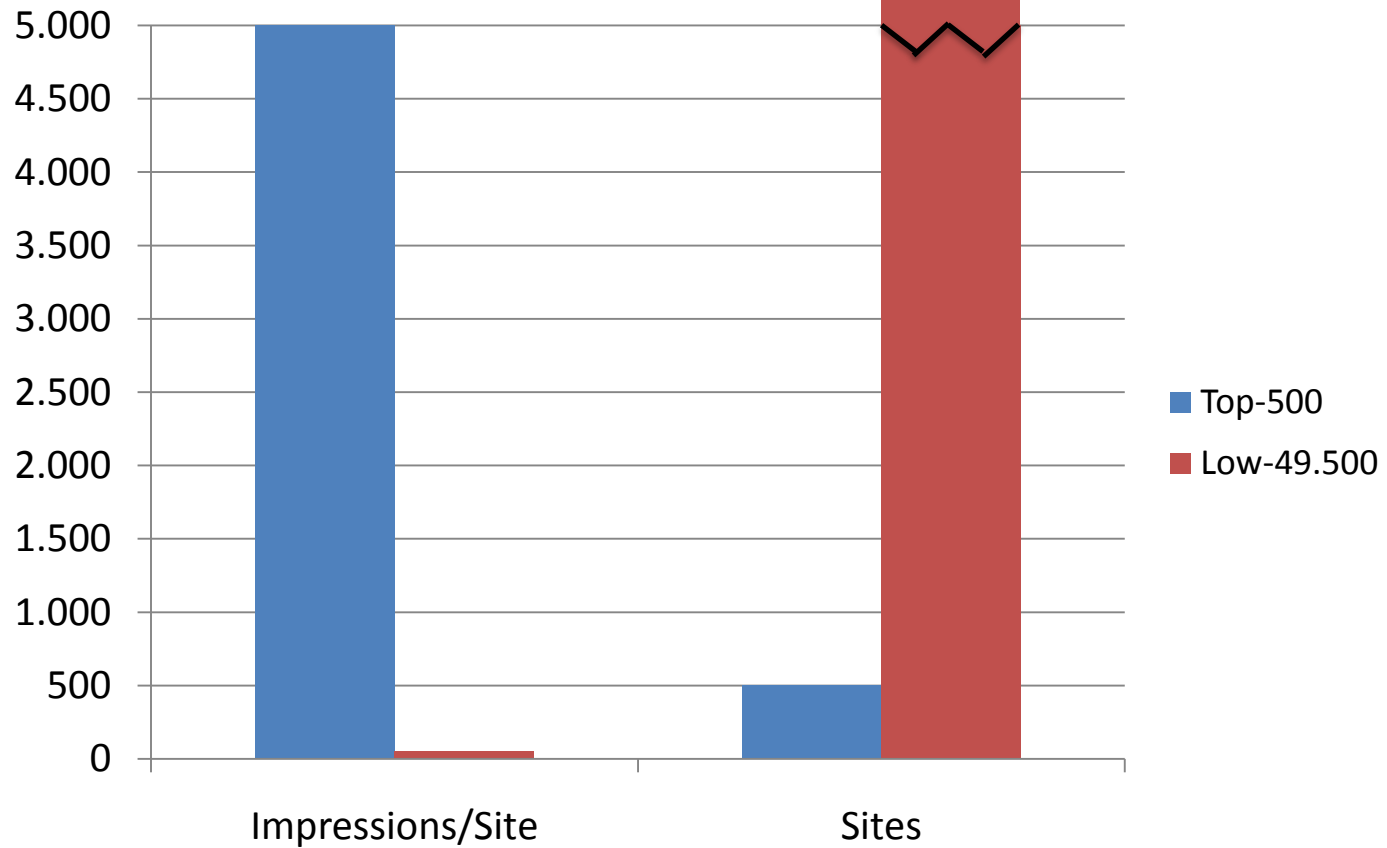
1000-Impression rule.

Blacklists zwingend!

Top ~250 Sites entscheiden über Erfolg.



Viele Sites liefern wenig Traffic



Durch Eingrenzung schneller lernen & optimieren

(S)Low Performer ausschließen

Top-500 x 5000 Imps.	= 2,5 Mio.
Low-49.500 x 50 Imps.	= 2,48 Mio.



Ohne Steuerung:
99% der Sites und 50% des Inventars
könnten nicht wirklich optimiert werden.

Brand Safety geht verloren.

Daher: gezielt whitelisten!

3. Augenmerk auf's Tracking Setup

Maximale Visibility ermöglicht genaue Bewertung.

Facts & Tipps

RTB kommt spät. Tracking existiert bereits.

Cookieweichen meist Post-Click basiert.

Aber: 85%* der User und 99,9%* der Kontakte werden dann nicht betrachtet.

Daher: CTA und VTA Tracking ermöglichen.

Deduplizierung über ein zentrales System.



Viele Werbekontakte...



...wenige „Klicker“



Post Click Tracking



Nur maximale Visibility ermöglicht genaue Bewertung

View-Through-Actions messen!

AdServer oder WebAnalyse Systeme
entsprechend aufsetzen!



Noch besser: Tag Management
Lösungen.

Bewertung der VTAs z.B. mittels User
Journey Tracking.

Für RTB Optimierung berücksichtigen.

4. Daten sauber managen

Data driven display verpflichtet gegenüber Usern – und Werbekunden

Facts & Tipps

Look back windows als Performance Treiber.

Cookielaufzeiten auf Kaufprozess abstimmen.

Nicht alles was funktioniert, macht Sinn.

Userkontrolle nimmt zu.

Reaktanzen vermeiden, FCs setzen.



Nicht ideal.

The screenshot shows the Bild.de website interface. At the top, there are several promotional banners for beanies: 'EZEKIEL Grumpy...' for 19,95€, 'HURLEY One & Only Beanie tit' for 15,95€, and 'WHITE MOMENT ...' for 24,95€. A search bar and navigation menu are visible below. The main article is titled 'Die beliebtesten Download-Games des Monats' under the heading 'TOP 50: GRATIS-SPIELE'. To the right of the article, there is a large advertisement for 'HOLDEN Fishermans Beanie 2012 black' for 34,95€. Below this, there are sections for 'SPIEL & SPASS' (Rätselklassiker, IQ-Test, Sudoku, Kreuzworträtsel) and 'VIDEOS ZUM THEMA'. On the far right, there is a vertical sidebar with more beanie advertisements, including another 'HOLDEN Fishermans Beanie 2012 black' for 34,95€.

Data driven display verpflichtet gegenüber Usern – und Werbekunden

Informieren und dosieren



DSPs, DMPs bzw. AdServer bieten ausreichende Möglichkeiten Frequency Caps, Profildaten sowie deren Laufzeiten und Verfallsdaten zu steuern.

Überlegt nutzen!

5. Analyse, Analyse, Analyse

Daten Analyse als große Herausforderung im RTB

Status & Ausblick

Unmengen von Impression und Userdaten.

Begrenzte Erfahrung in der Online Media.

Automatisierung wird entscheidend.

Aufgabe: „Seperate noise from signal.“

Neue Online Media Jobs als Campaign Analyst, Data Miner, Statistiker,...



Daten Analyse als große Herausforderung im RTB

Ziel: Neue Optimierungsqualität

Traditionell wurde Online Media allein auf Umfeldbasis optimiert.



Für RTB stehen zusätzlich völlig neue Dimensionen zur Verfügung, die genutzt werden können.

Wenn die Analyse gelingt!

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Jens Jokschat

CEO & Co-Founder

Telefon 040 . 609 464 500

Mobil 0179 211 5580

Fax 040 . 609 464 509

Email j.jokschat@d3media.de

Web www.d3media.de

d3media AG



d3media AG
Große Elbstraße 43
22767 Hamburg