

Programmatic Advertising

Transparenz zwischen
Schein und Wirklichkeit >



Eines der größten
Energieversorgungs-
unternehmen
in Deutschland und
Europa.



Marken: Yello, Natur
Energie Plus und
EnBW

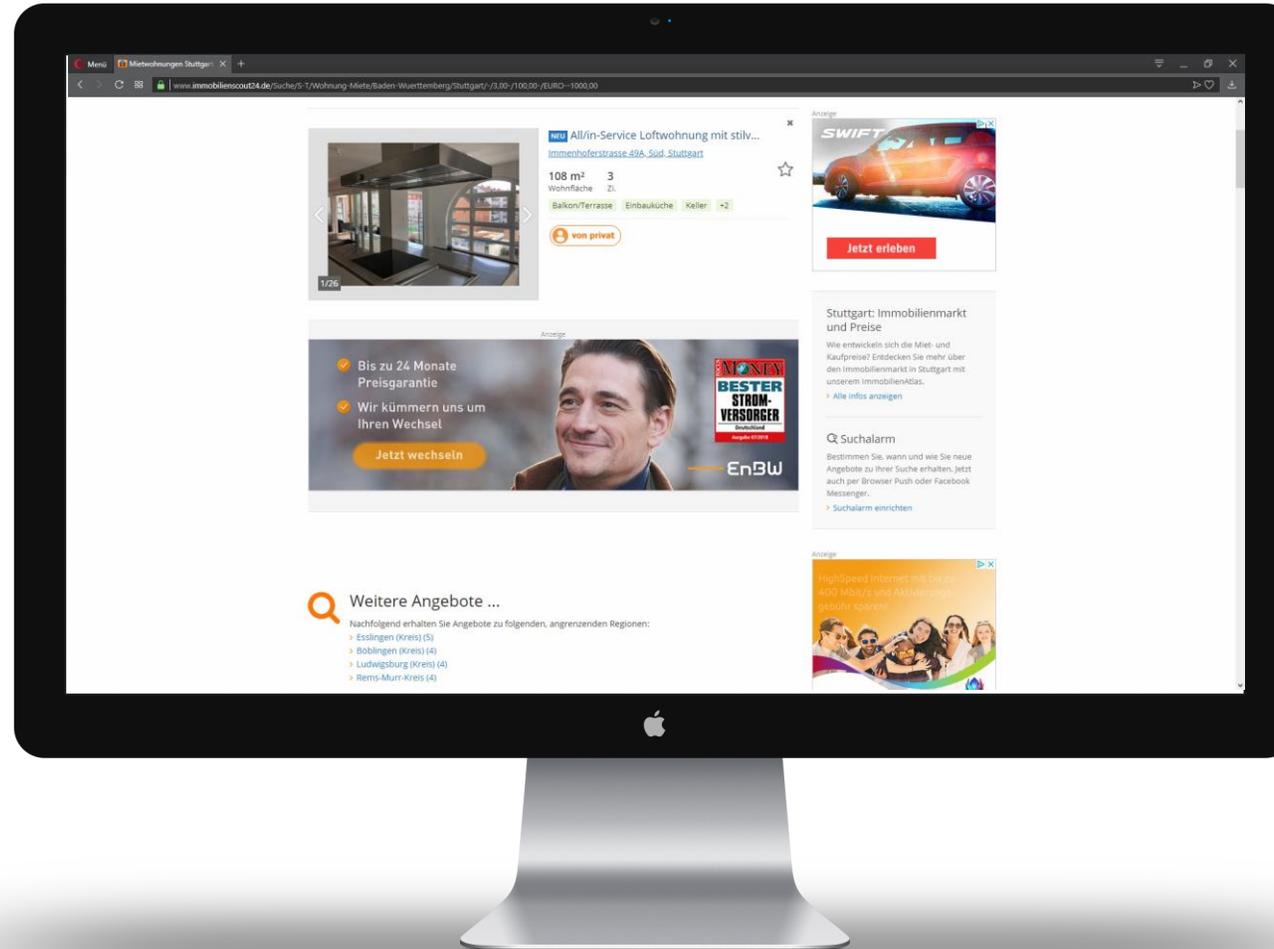


Ca. 5,5 Millionen
Kunden.



Strom, Gas,
Wasser und
Energielösungen

Warum ist Programmatic für uns relevant?



TRANSPARENZ

- Transparente Leistungswerte und User Insights
- Nachvollziehbarkeit von Mediatransaktionen

Programmatic Know-how:

Haben wir das Know-how, transparente Kampagnen zu bewerten?



Unser Weg zu mehr Transparenz:

Was benötigen wir für transparentere Kampagnen?



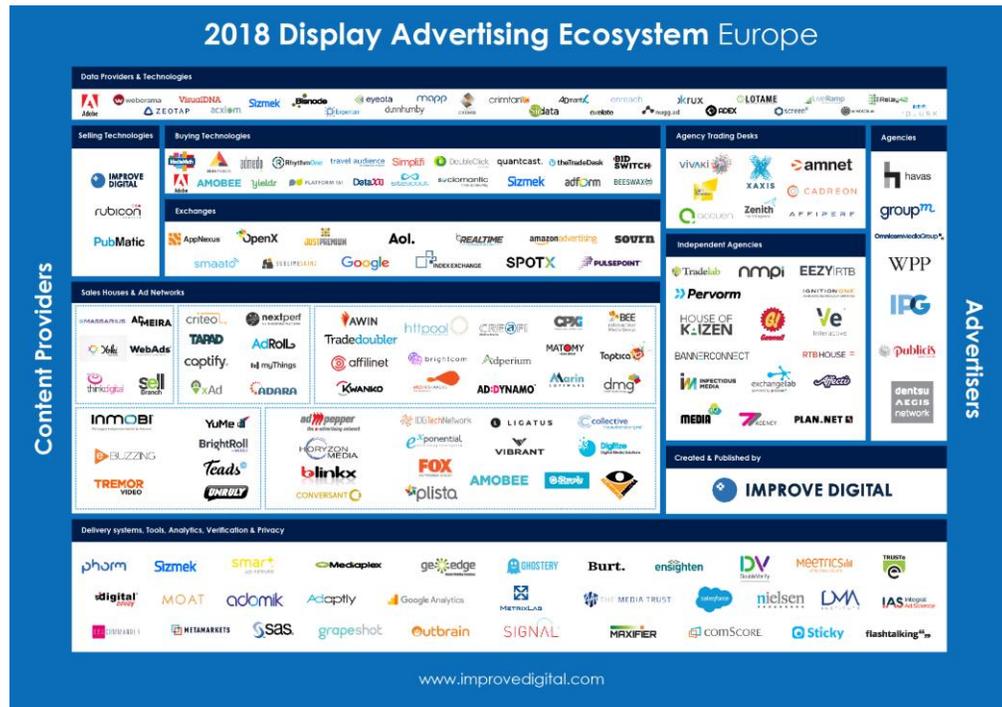
Wie transparent sind unsere Kampagnen heute?

Wie sollten transparente Kampagnen gestaltet werden?

Haben wir das Know-how,
transparente Kampagnen
zu bewerten? >



Komplexe Wertschöpfungskette



Programmatic Siegel & Code of Conduct



Quelle: http://www.improvedigital.com/main/wp-content/uploads/market-maps/MarketMap_Europe.pdf (29.03.2019)

Quelle: <https://www.bvdw.org/qualitaetszertifikate/#c2557> (29.03.2019)

TRANSPARENZ

- Transparente Leistungswerte und User Insights
- Nachvollziehbarkeit von Mediatransaktionen

Programmatic Know-how:

Haben wir das Know-how, transparente Kampagnen zu bewerten?



Unser Weg zu mehr Transparenz:

Was benötigen wir für transparentere Kampagnen?



Wie transparent sind unsere Kampagnen heute?

Wie sollten transparente Kampagnen gestaltet werden?



Programmatic Basics



Unser Weg zu mehr Transparenz



Programmatic Basics



Test & learn

Unser Weg zu mehr Transparenz



Programmatic Basics



Programmatic Set-up



Test & learn

The background of the slide is a photograph of a high-voltage power line tower, viewed from a low angle looking up and down the length of the tower. The tower's complex steel lattice structure is silhouetted against a clear, bright blue sky. The perspective creates a strong sense of depth and repetition of the structural elements.

Was benötigen wir für
transparentere Kampagnen? >

Was benötigen wir für transparente Kampagnen?



**Holistische
Sichtweise**



Ressourcen



Passende
Partner



Verlässliches
Tracking und
Reporting



Dynamik

Was benötigen wir für transparente Kampagnen?



Holistische
Sichtweise



Ressourcen



Passende
Partner



Verlässliches
Tracking und
Reporting



Dynamik

Was benötigen wir für transparente Kampagnen?



Holistische
Sichtweise



Ressourcen



Passende
Partner



Verlässliches
Tracking und
Reporting



Dynamik

Was benötigen wir für transparente Kampagnen?



Holistische
Sichtweise



Ressourcen



Passende
Partner



Verlässliches
Tracking und
Reporting



Dynamik

Was benötigen wir für transparente Kampagnen?



Holistische
Sichtweise



Ressourcen



Passende
Partner



Verlässliches
Tracking und
Reporting



Dynamik

TRANSPARENZ

- Transparente Leistungswerte und User Insights
- Nachvollziehbarkeit von Mediatransaktionen

Programmatic Know-how:

Haben wir das Know-how, transparente Kampagnen zu bewerten?



Unser Weg zu mehr Transparenz:

Was benötigen wir für transparentere Kampagnen?



Wie transparent sind unsere Kampagnen heute?

Wie sollten transparente Kampagnen gestaltet werden?



Transparentes Kampagnen-Set-up

Regelmäßige Reportings &
Kampagnenoptimierung

Werbemittel-
Insights

- ✓ Keine fixen TKPs
- ✓ Keine Performance-Arbitrage CPC
- ✓ Übersicht über involvierte Dienstleister

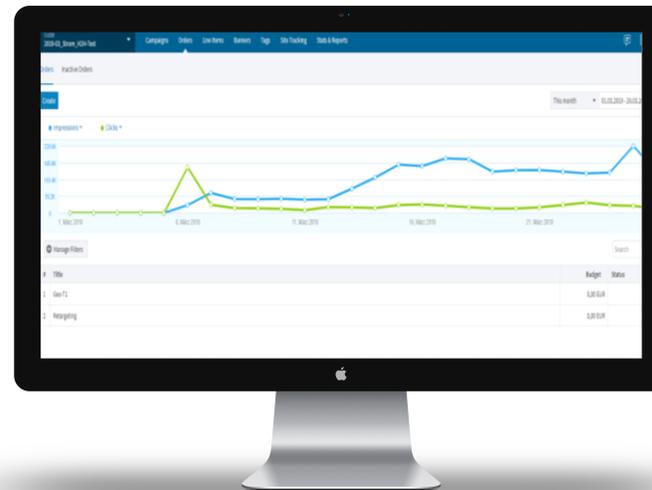
Wie sollten transparente Kampagnen gestaltet werden?

Transparentes
Kampagnen-Set-up

Regelmäßige Reportings &
Kampagnenoptimierung

Werbemittel-
Insights

Direkter DSP Zugang



Regelmäßige Reportings



Wie sollten transparente Kampagnen gestaltet werden?

Transparentes
Kampagnen-Set-up

Regelmäßige Reportings &
Kampagnenoptimierung

Werbemittel-
Insights

Werbemittel-Testings

- ✓ Hohes Kundenvertrauen
- ✓ Bis zu 24 Monate Preisgarantie
- ✓ Wir kümmern uns um Ihren Wechsel

Jetzt wechseln

VS.

- ✓ Bis zu 24 Monate Preisgarantie
- ✓ Wir kümmern uns um Ihren Wechsel

Jetzt wechseln

Landingpage Optimierungen



1. Advertiser benötigen Know-how, um die richtigen Fragen stellen zu können.
2. One-to-one Beziehung mit der Agentur/ dem Dienstleister, um Transparenz zu definieren.
3. Ausdauer