



Programmatic + Native Advertising – die Zukunft des Digitalen ist verbraucherorientiert

Bastian Krüger
Director of Account Management, Outbrain

Helen Daseking
Director Agency Sales, vi



Outbrain auf einen Blick

- **92% Reichweite** in Deutschland
- **18 der Top 25-Webseiten** über Outbrain verfügbar
- Buchungen **direkt** oder **programmatisch**
- Native-DSP **Zemanta One**



The drive is part of the journey.

At Zeron, we want you to enjoy the road just as much as the destination. Our cars are built not only to get you there, but to get you there happy, rested and #ZeronSafe. Visit zeron.com to explore options.



LEARN MORE



Unique Style Every Day.
New Arrivals Daily!

Sponsored: Trendsetter Unlimited

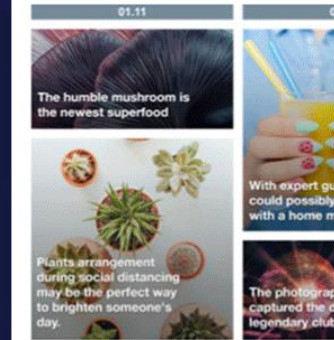


sponsored by: FarOut Games
★★★★☆ 34.2k



Pizza Recipes That Are Simply The Definition of Perfection

Sponsored: Pizza Guide



The humble mushroom is the newest superfood

Plants arrangement during social distancing may be the perfect way to brighten someone's day.

With expert guide could possibly go with a home mas

The photograph captured the dis

legendary club S



sponsored by: Forks + Knives
★★★★☆ 34.2k

Master your own kitchen with these simple recipes

Download App



Drop The Single-Use Plastics.

Save money, space and the environment by using D favorite design-forward, expendable and reusable w

Shop Now



10 Ways Biking Can Improve Your Overall Health

Wellness Worldwide



Herausforderungen im Digital Marketing



Ende der 3rd-Party-Cookies



App Tracking (iOS 14)



Cross Device Tracking



Datenschutz



Attribution



Plattform-Performance

Performance wird Top-Priorität

BRANDS

Verkaufs-KPIs
48%

Markenwahrnehmung
43%

Anstieg direkter Website-Besucher
23%

AGENTUREN

Reichweite und Frequenz
55%

Verkaufs-KPIs
50%

Markenwahrnehmung
35%



Targeting



Geschlecht:	Weiblich
Alter:	30-39 Jahre alt
Gehalt:	3.000€ - 5.000€
Wohnort:	Stadt
Interessen:	Ernährung, Sport, Finanzen, Urban Gardening



Customer Journey



01.
Awareness



02.
Consideration



03.
Action

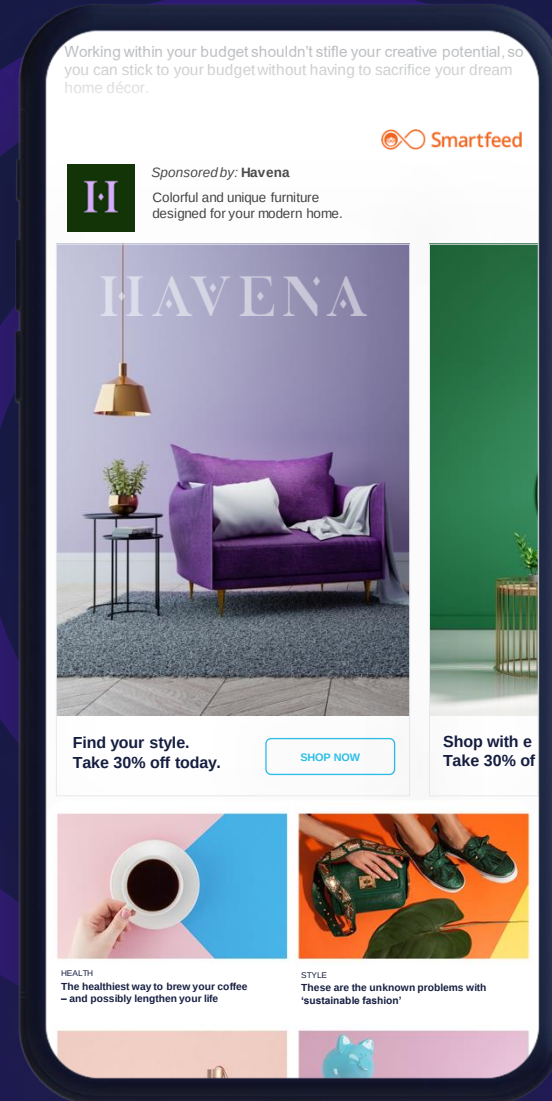
Die Zukunft des Targetings

- ✓ Mindset statt demografische Daten
- ✓ Kontextuelle Signale
- ✓ Umfelderbuchung



Die Zukunft der Customer Journey

- ✓ 1-Touchpoint-Kauf (Social)
- ✓ Shopping-Plattformen für Lower Funnel
- ✓ Customer Journey auf Zielseite
- ✓ Traffic-Optimierung



Technologien zur Traffic- und Performance-Optimierung

Engagement Bid Strategy

Regt Zielgruppe zum Handeln an:

- Seitenansichten je Sitzung
- Sitzungsdauer
- Absprungrate
- Individuelle Metriken

Conversion Bid Strategy

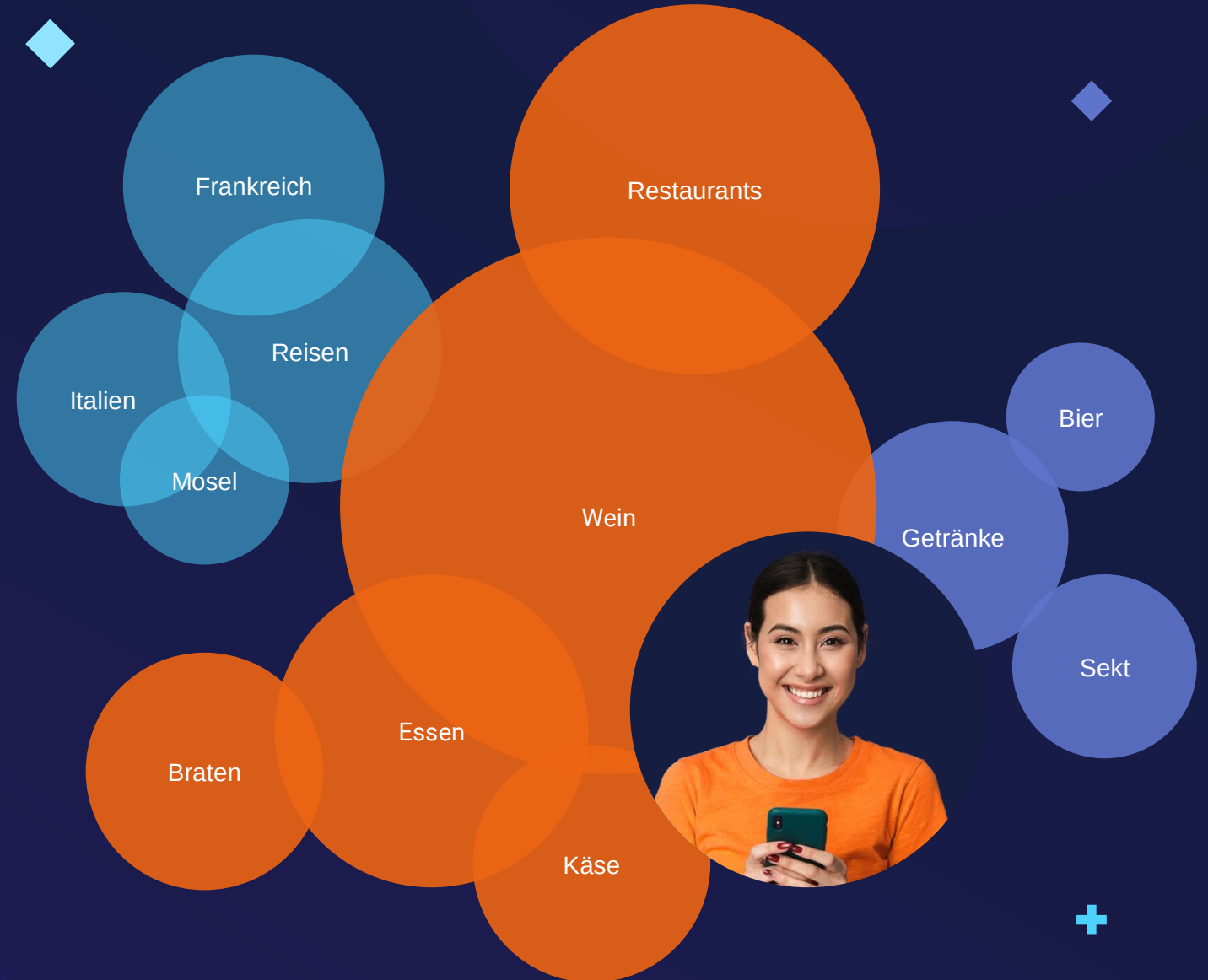
Erreicht Conversion-Ziele:

- Ziel-CPA
- Ziel-ROAS
- Conversion-Volumen



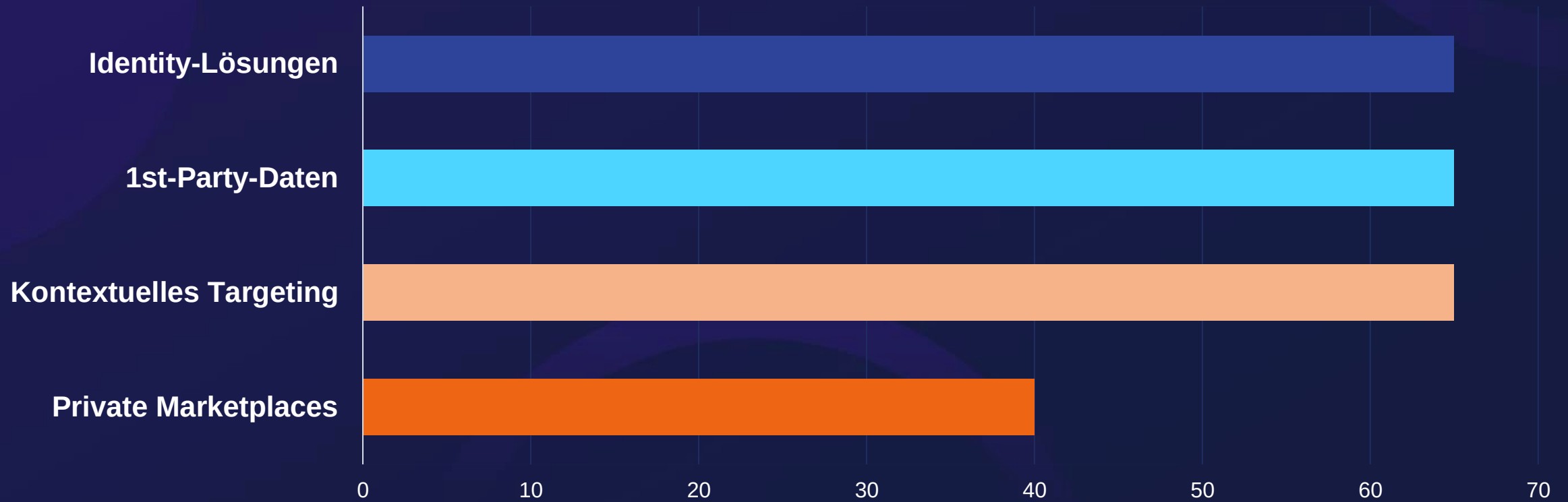
Kontextuell 2.0

- Milliarden Netzwerk-Signale
- Dynamische Anpassungen
- Weitergefasste Themen



Zeit des Umbruchs

Lösungen für den Datenschutz und Cookies





Zusammen entwickeln wir die beste Content-Plattform im Open Web



Warum wir es tun

Problem

Die Medienwelt ist überwältigend und überfordernd.

Lösung

Fesselnde Videomomente schaffen.

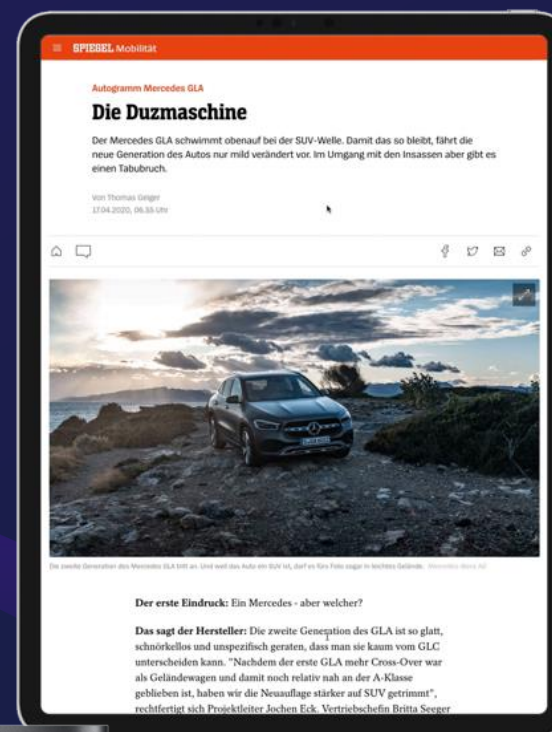
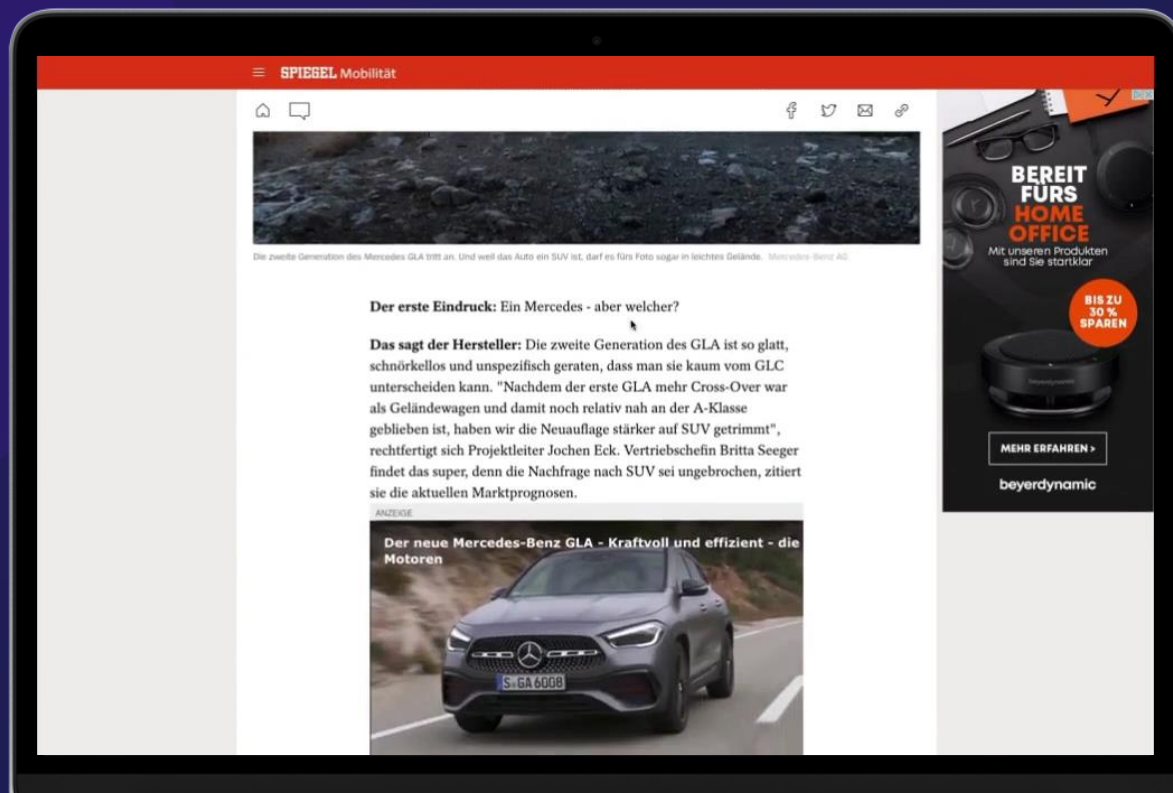
Wie

Videos mit Daten anreichern und ihnen so einen Kontext geben.

Und Kontext bringt Bedeutung, Relevanz und Konsistenz.

“Deshalb setzen wir vollständig auf die Leistungsfähigkeit von kontextuellen Videos”

vi in Aktion



DER SPIEGEL

Lumen x Kaffee-Marke

Messung kontextueller vs. nicht-kontextueller Videos



Kontext ist alles

Kontextuelle vs. nicht-kontextuelle Videos.

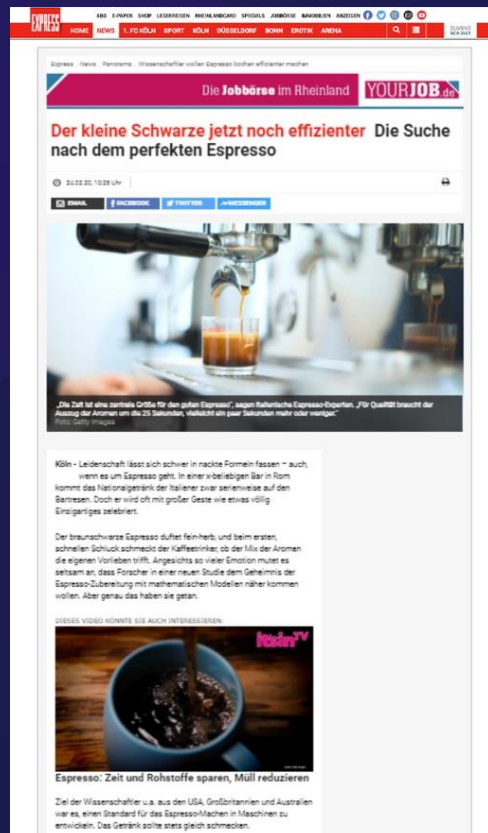
- ▶ Wir wollten wissen, welchen Einfluss kontextuelle Videos auf die Betrachter haben
- ▶ 320 Erwachsene, die eine Kaffeemaschine besitzen, wurden ausgewählt
- ▶ Die Versuchspersonen wurden in drei Gruppen eingeteilt, die Wirkung wurde durch Eye-Tracking und Befragung gemessen



Der Test

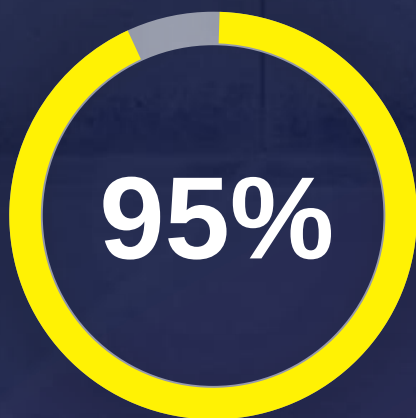
Inventar & Distribution

Inventar

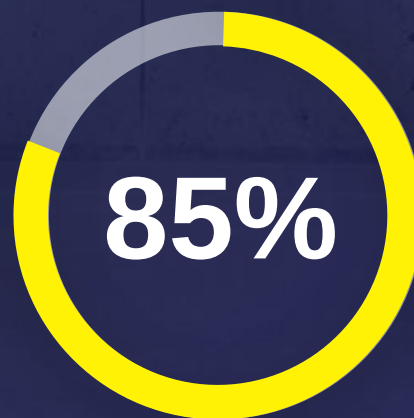


Szenario	Artikel	Pre-Roll	Video
Alles Kaffee-bezogen			
Artikel & Pre-Roll Kaffee-bezogen			
Nur Pre-Roll Kaffee-bezogen			

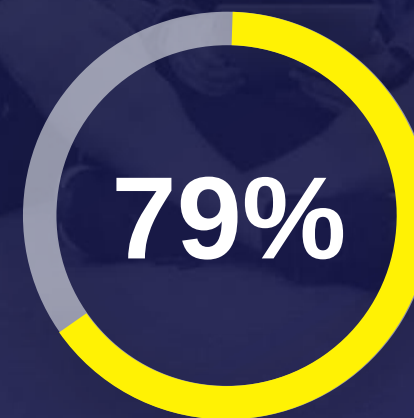
Kontext verbessert die
AUFMERKSAMKEIT



Alles Kaffee-bezogen



Artikel & Pre-Roll
Kaffee-bezogen



Nur Pre-Roll Kaffee-
bezogen

Der Anzeige wurde mehr Aufmerksamkeit geschenkt, wenn sie im passenden Kontext platziert war.
16,8 % mehr Menschen sahen die Anzeige, wenn sie im richtigen Kontext angezeigt wurde.

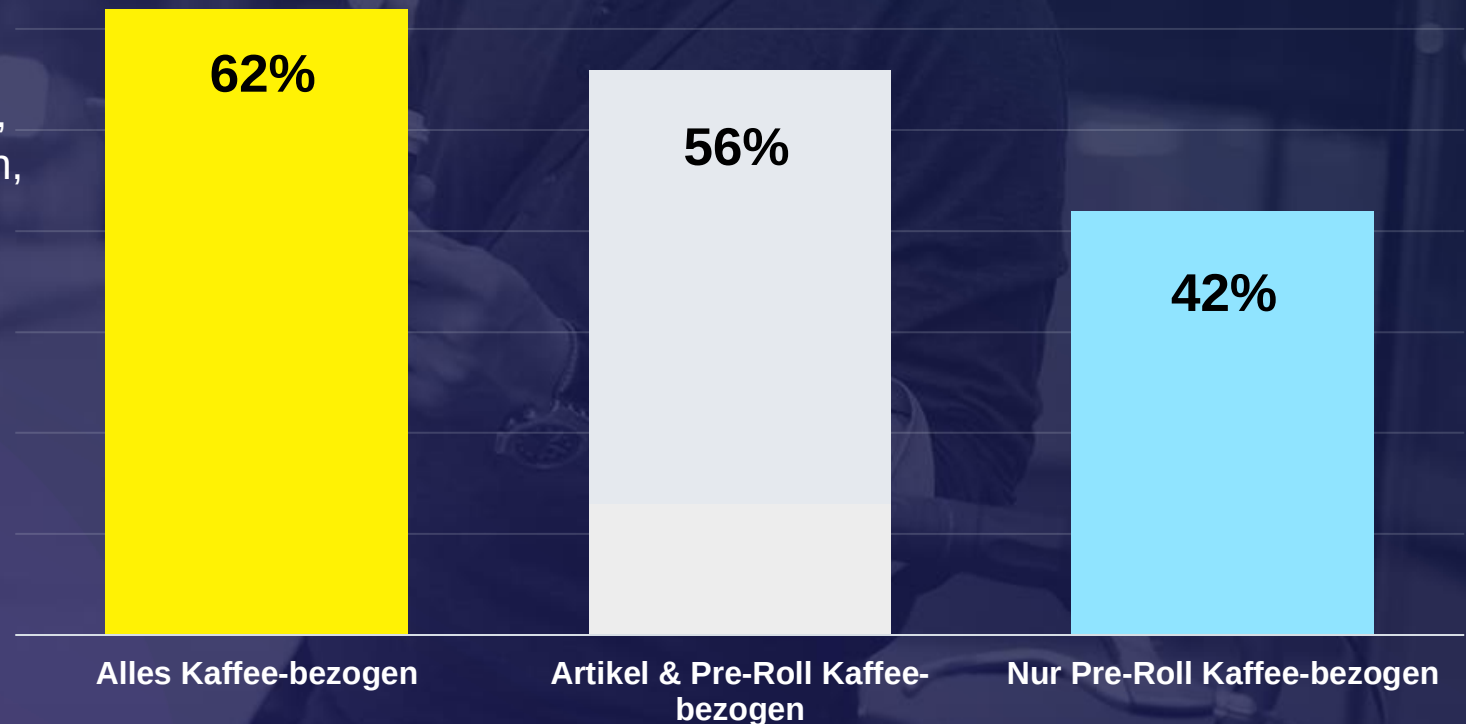
Kontext verbessert den BRAND RECALL

52%

mehr Personen erinnerten sich daran,
das Pre-Roll-Video gesehen zu haben,
wenn sie im entsprechenden Kontext
angezeigt wurde

32%

mehr Menschen erinnerten sich
an die Marke, nachdem sie sie
in einem entsprechenden
Kontext gesehen hatten

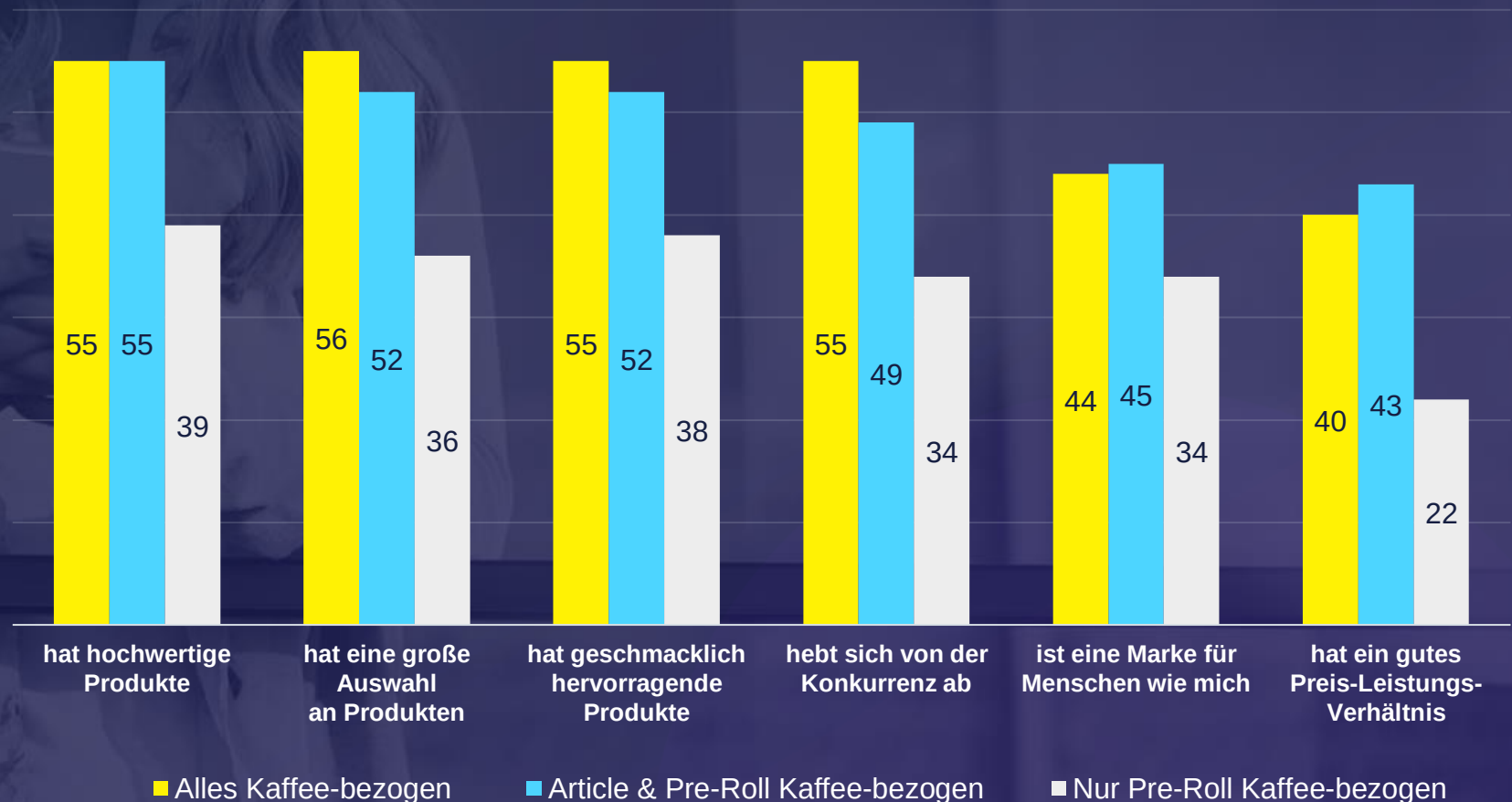


Kontext verbessert die

+ MARKENWAHRNEHMUNG

Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen über die Marke zustimmen oder nicht zustimmen:

“Die Marke...”



Diese Studie zeigt, dass Content wirklich König ist. Anzeigen, die neben relevanten, interessanten Inhalten geschaltet werden, werden von mehr Menschen wahrgenommen. Diese zusätzliche Aufmerksamkeit bedeutet, dass sie auch wesentlich wahrscheinlicher in Erinnerung bleiben als die gleichen Anzeigen, die neben Standardinhalten geschaltet werden.

Mike Follet, MD, LUMEN Research

Dealpakete verfügbar

 theTradeDesk

 Display & Video 360

 xandr

Zemanta
an  Outbrain Company



Ihre Smartad

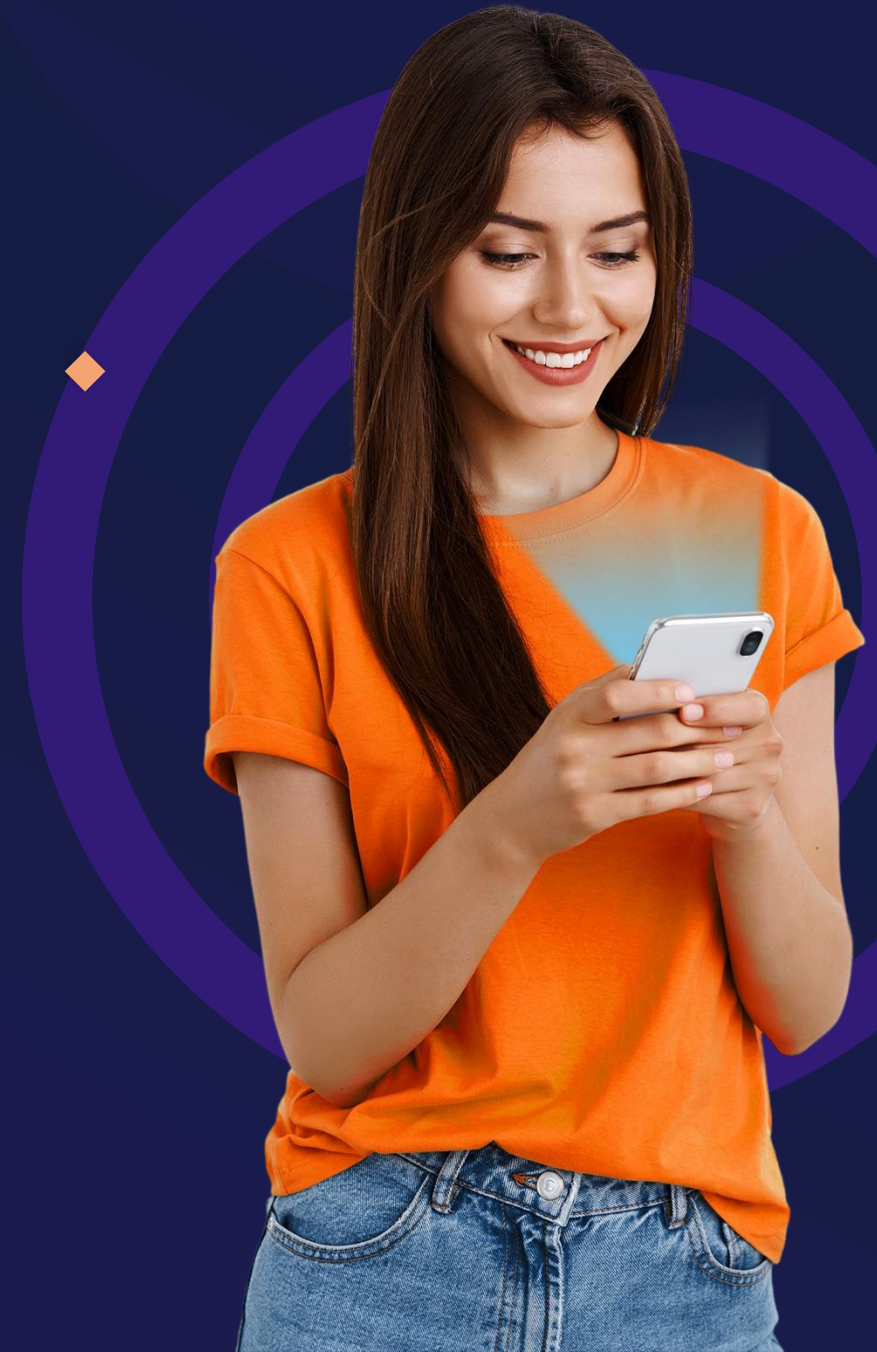
Ergebnisorientierte Programmatic-Lösungen

Max CTR Deal

Nutzt kontextuelle und Interessendaten, um Kampagnen auf Pre-Bid-Basis für die höchste CTR zu optimieren

Interest Targeting Deal

Nutzt Interessendaten und kontextuelle Signale, um Kampagnen basierend auf bestehenden Interessen und gegenwärtiger Relevanz auszuliefern.



Die Zukunft ist verbraucherorientiert

- Respekt vor User Experience sorgt für nachhaltiges Marketing-Ökosystem
- Verständnis des Verbraucher-Mindsets wird entscheidend
- Hochwertige Inhalte sorgen für Engagement
- Fokus auf wirklich interessierte Audience





Fragen?

bkrueger@outbrain.com
hdaseking@outbrain.com