

Programmatic Advertising:

DIE ZUKUNFT DES DIGITALEN MARKETINGS

Vermitteln Sie Ihre Botschaft zur richtigen Zeit am richtigen Ort und mit messbaren Ergebnissen.

Mit Programmatic Advertising ist dies wirksam und effizient möglich.

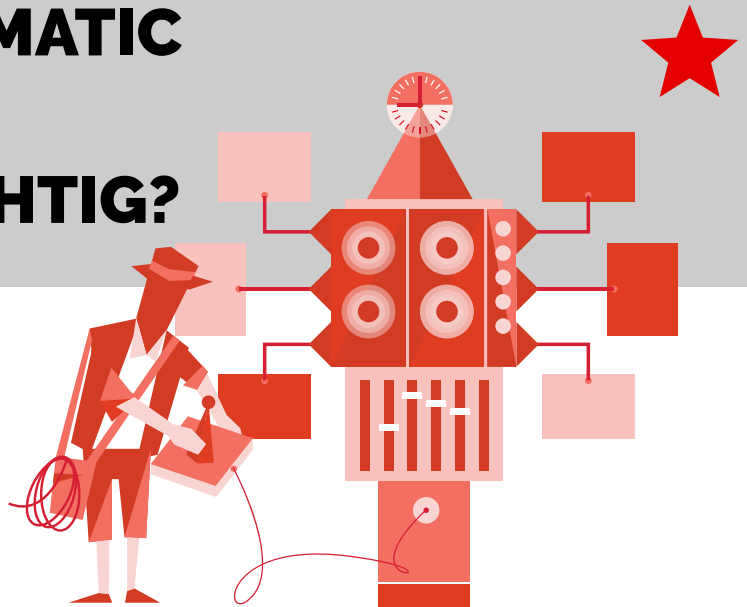
web republic

DIGITAL MARKETING

WEBREPUBLIC.COM/PROGRAMMATIC

WAS IST PROGRAMMATIC ADVERTISING UND WARUM IST ES WICHTIG?

Programmatic Advertising bezeichnet den Einkauf und Verkauf spezifischer Werbeplätze in Echtzeit auf den wichtigsten Plattformen und Kanälen.



Vorteile:

EXTREM EFFEKTIVES TARGETING



MEHR DATEN

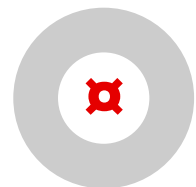


EFFIZIENTE KAMPAGNENSTEUERUNG ÜBER MEHRERE PLATTFORMEN

ECHTZEIT-OPTIMIERUNG



PREIS-TRANSPARENZ



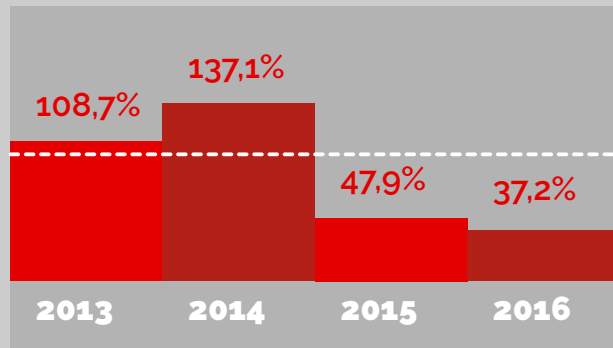
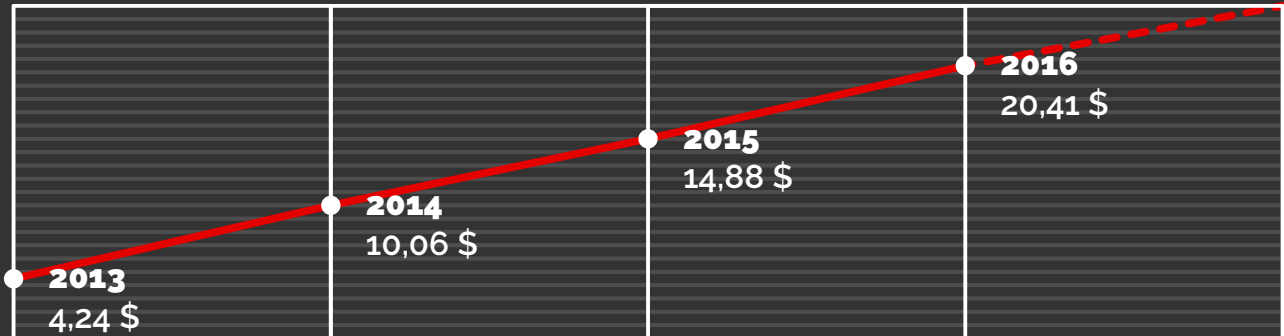
Programmatic Advertising bleibt wichtig:



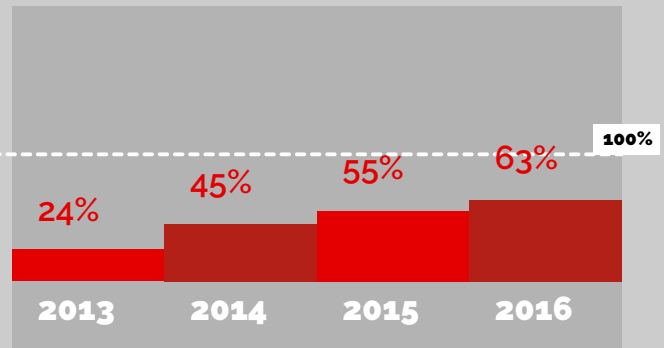
IN DEN USA

AUSGABEN PROGRAMMATIC ADVERTISING (in Mrd.)

25 Mrd. \$



% WACHSTUM



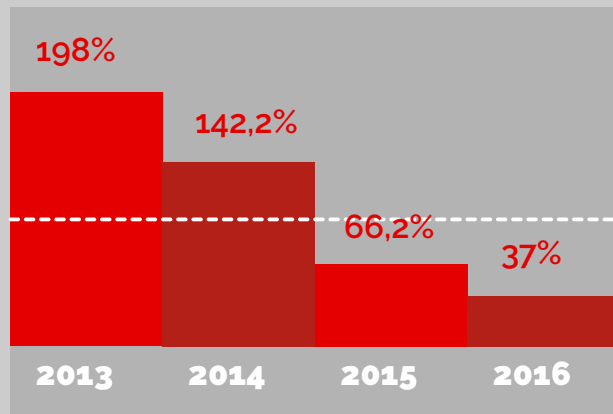
% GESAMTAUSGABEN DIGITALE ADS

IN GROSSBRITANNIEN

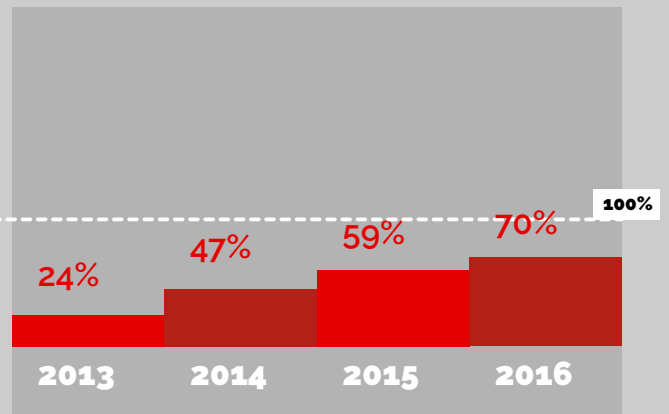


AUSGABEN PROGRAMMATIC ADVERTISING (in Mrd.)

3 Mrd. £



% WACHSTUM



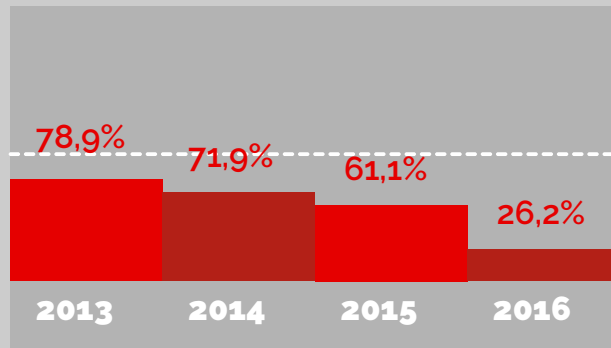
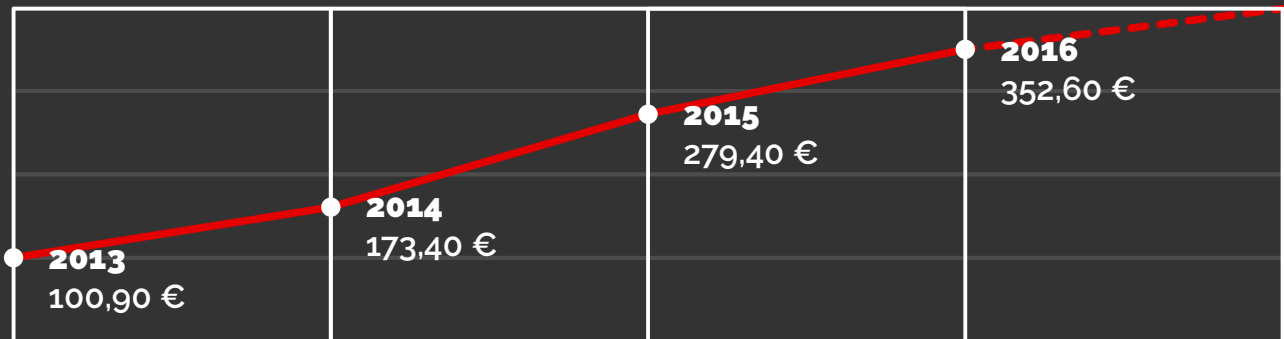
% GESAMTAUSGABEN DIGITALE ADS

IN DEUTSCHLAND

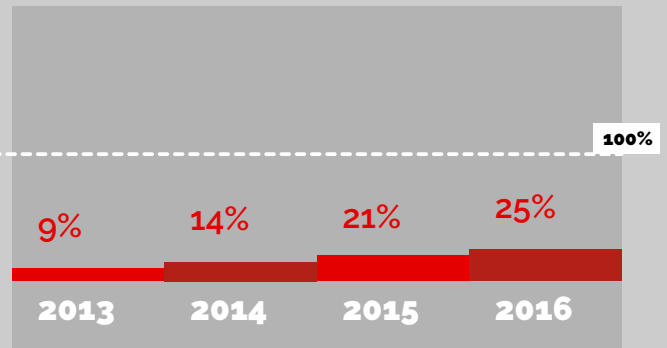


AUSGABEN PROGRAMMATIC ADVERTISING (in Millionen)

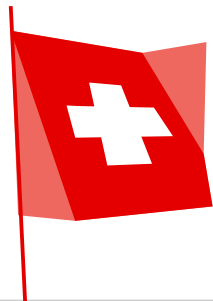
400 Mio. €



% WACHSTUM

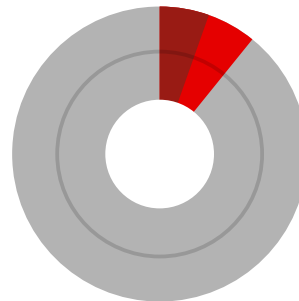


% GESAMTAUSGABEN DIGITALE ADS



IN DER SCHWEIZ

Laut IAB Schweiz machte Programmatic Advertising 2015 etwa **5 bis 10 %** des Digital Advertising aus.



PROGRAMMATIC ADVERTISING AUS USER-SICHT



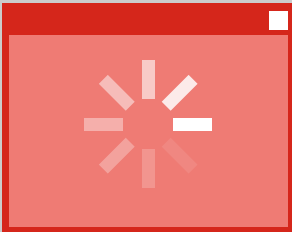
Susanne möchte einen Designerstuhl kaufen und hat sich online informiert.

Als sie ihre Lieblings-Website öffnet, erscheint eine Anzeige für einen Designerstuhl, den sie noch nie gesehen hat. Sie verliebt sich sofort in ihn.

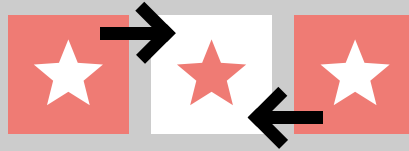
Wie funktioniert das?

1

Wenn Susanne **ihre Lieblingsseite** besucht, beginnt ihr Browser, die Site zu laden.



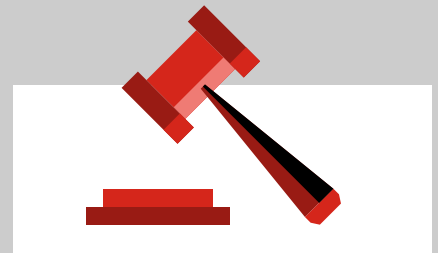
2



Der Publisher fragt den Adserver, ob eine Anzeige verfügbar ist. Wenn nicht, sendet der Server die Anfrage an eine **Börse (Ad Exchange)**.

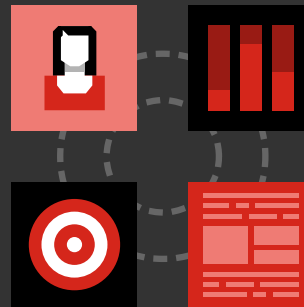
3

Dort können verschiedene DSP (Demand Side Platforms) in Echtzeit **für die Ad-Impression** bieten.

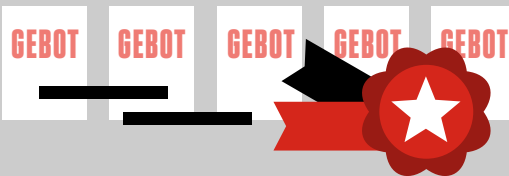


4

DSP berechnen ihre **Gebote für die Ad-Impression** basierend auf Susannes anonymer Profil, externen Daten (z. B. Daten aus Susannes früherer Online-Suche nach einem Stuhl) sowie Advertiser-Kriterien für deren Zielgruppen und Budgetvorschriften.



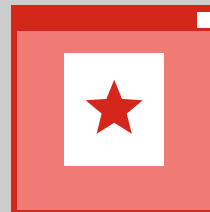
5



Die Ad-Börse wählt das **Gewinnergebot aus** und sendet Preis und Anzeige an den Adserver des Publishers.

6

Der Adserver des Publishers **schickt die gewählte Anzeige** an Susannes Browser.



7



Susannes Browser **zeigt die Anzeige** und schickt der gewählten DSP eine Bestätigung.

CHECKLISTE:

8 SCHRITTE ZUM ERFOLG MIT PROGRAMMATIC ADVERTISING



1

Kampagnenziele kennen

- Kampagne immer auf Geschäftsziele abstimmen

2

Die richtigen Kanäle bestimmen

- Zielgruppen über für sie wichtige Kanäle und Plattformen ansprechen

3

Geeignetes Tracking einrichten

- um mehr über digitales Verhalten des Besuchers zu erfahren

4

Auswahl passender digitaler Ressourcen für Plattformen

- perfektes Digital-Branding an allen Touchpoints gewährleisten

5

Datenbasierte Zielgruppenansprache

- Externe Daten ermöglichen hochwirksames Targeting

6

Kampagne erstellen

- Laufende Optimierung von Messaging, Targeting und Bidding gewährleisten

7

Erfolgskontrolle

- systematisch beurteilen, was warum gut gelaufen ist

8

Gewonnene Daten in weiteren Kampagnen einsetzen

- Kampagnendaten nutzen, um Zielgruppe künftig noch besser zu erreichen



Die Zukunft des digitalen Marketings liegt im effizienten und leistungsfähigen Programmatic Advertising. **Sind Sie bereit dafür?**



web republic

DIGITAL MARKETING

+41 44 542 90 60

programmatic@webrepublic.com

WEBREPUBLIC.COM/PROGRAMMATIC

@WEBREPUBLIC

QUELLEN:

<https://webrepublic.com/en/digital-marketing/programmatic-advertising/>
<https://econsultancy.com/blog/66530-the-current-state-of-programmatic-latest-stats-and-infographic-round-up/>
<https://www.exchangewire.com/wp-content/uploads/2014/10/eMarketer.TotalFigs.gif>
https://d112vpovu2xa8r.cloudfront.net/portal_fipp_curatasite_com/media/UuuJLoPGby4e5zo.gif
<http://www.gruenderszene.de/allgemein/marketing-automatisierung-programmatic-advertising>
<https://www.youtube.com/watch?v=vZykSJxdDhE&feature=youtu.be&t=52s>
<https://econsultancy.com/blog/65677-a-super-accessible-beginner-s-guide-to-programmatic-buying-and-rtb/>
<http://marketingland.com/media-buying-101-why-you-need-your-own-ad-server-48484>
<http://marketingland.com/martech-landscape-what-supply-side-platform-ssp-168375>
<http://marketingland.com/what-is-dmp-martech-landscape-174298>

