
Programmatisches Werben: Die effiziente Lösung für Ihre Online Werbung



Hilfreiche Tipps für
Ihren Online-Erfolg

Werbung
Post
Business

Inhalt

Programmatisches Werben: der einfache und effiziente Weg, Ihre Zielgruppe zu erreichen	3
– Was ist programmatisches Werben und wie funktioniert es?	
– Die wichtigsten Begriffe	
Warum programmatisches Werben?	4
Der Prozess des programmatischen Werbens	4
So erreichen wir Ihre Zielgruppe	5
Wie Sie erfolgreich Banner erstellen	5
Einfache Tipps für mehr Werbeerfolg	6

Programmatisches Werben: der einfache und effiziente Weg, Ihre Zielgruppe zu erreichen.

Sie wollen Ihrer Zielgruppe im richtigen Umfeld, zur richtigen Zeit und mit tollen Werbesujets Ihre Markenbotschaft senden? Dann ist Online-Werbung mit programmatischer Ausspielung genau das Richtige für Sie! Sie schaffen einfach und effizient Aufmerksamkeit für Ihre Produkte, Ihre Aktionen und Angebote – und das vollautomatisiert und in Echtzeit!



Was ist programmatisches Werben und wie funktioniert es?

Unter programmatischem Werben, oder auch „**Programmatic Advertising**“, versteht man den vollautomatisierten Handel mit Online-Werbeplätzen. Er findet in einem Auktionsverfahren statt.

Angebots- und Nachfrageseite werden online verbunden: Webseiten-Betreiber*innen, die Online-Werbeplätze zu verkaufen haben, verknüpfen ihre Webseite mit der Anbieter-Plattform, der sogenannten „**Supply-Side-Platform**“, kurz „**SSP**“. Werbetreibende übergeben der Nachfrage-Plattform, „**Demand Side Platform**“ oder kurz „**DSP**“ genannt, alle wichtigen Informationen rund um ihre geplante Online-Kampagne einschließlich der Zielgruppe. Über den Marktplatz, die sogenannte „**Ad-Exchange**“, kommunizieren die beiden Plattformen SSP und DSP miteinander. Sofern die Merkmale einer angebotenen Platzierung mit den Anforderungen des*der Werbetreibenden übereinstimmen, gibt das System vollautomatisiert und in Echtzeit ein Gebot ab. Dieses Verfahren nennt sich „**Real Time Bidding**“ oder kurz „**RTB**“, also Echtzeitauktion. Das höchste Gebot gewinnt.

Die wichtigsten Begriffe

DSP – Demand Side Platform
Nachfrage-Plattform, Plattform
für Werbetreibende

SSP – Supply Side Platform
Angebots-Plattform, Plattform
für Webseiten-Betreiber*innen

Ad-Exchange
Marktplatz, auf dem sich DSP und SSP treffen

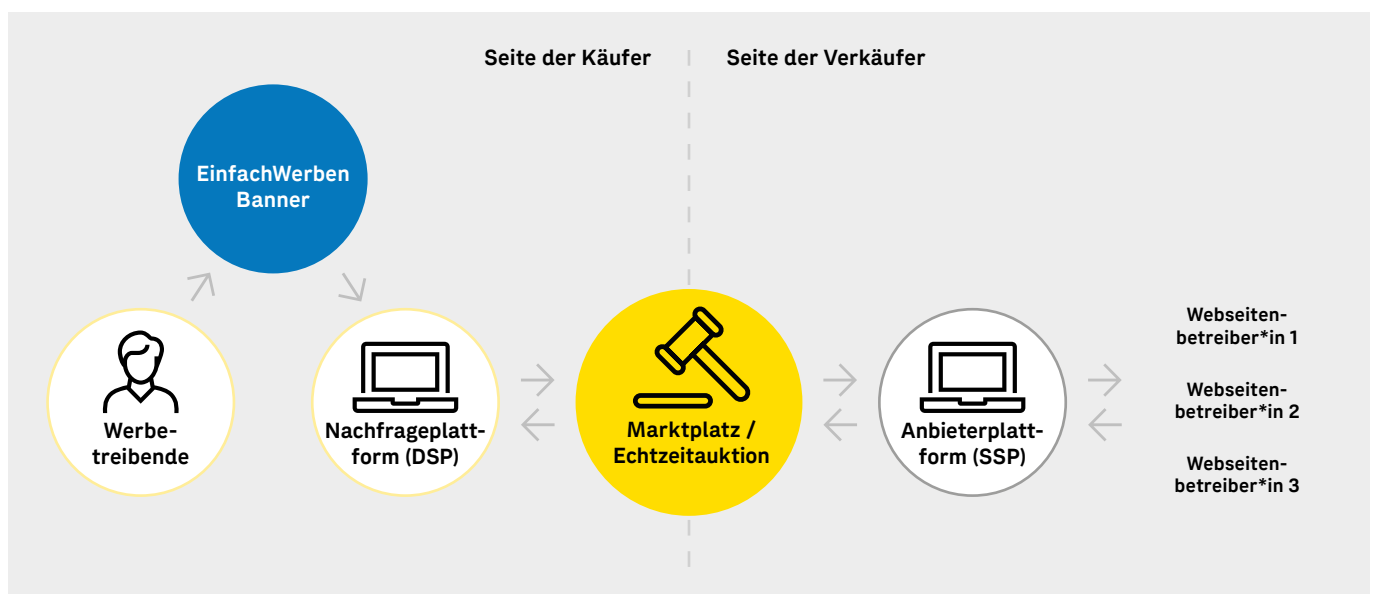
RTB – Real Time Bidding
Echtzeitauktion: Hierbei werden vollautomatisch
Gebote platziert und angenommen bzw. abgelehnt.

Warum programmatisches Werben?

Ganz einfach: Die Automatisierung vereinfacht einen sonst sehr zeitaufwändigen Prozess. Das heißt, Sie sparen viel Zeit, reduzieren Streuverluste, steigern die Zielgruppengenauigkeit und damit die Effizienz Ihrer Online-Werbung. Kurzum: Ihr Werbebudget wird deutlich wirksamer eingesetzt.



Der Prozess des programmatischen Werbens



So erreichen wir Ihre Zielgruppe

EinfachWerben Banner, das neue Online-Tool der Österreichischen Post, bietet Ihnen die Möglichkeit, programmatisches Werben einfach, schnell und günstig umzusetzen. Mit unserem Tool setzen Sie auf eine smarte Kombination aus verschiedenen Ansätzen, um Ihre Zielgruppe mit Ihrer Markenbotschaft zu erreichen.

Mit diesen smarten Targetingmöglichkeiten erreichen Sie Ihre Zielgruppe:

Wir haben für Sie tausende Webseiten durchleuchtet und insgesamt 18 Themenbereichen zugeordnet. Wählen Sie die für Ihre Kampagne passenden Themenbereiche aus - Ihre Werbung wird auf den zugeordneten Seiten ausgespielt. Neben der Kategorisierung von Webseiten setzen wir kontext-

uelles Targeting ein. Hier besteht der Zusammenhang nicht mit der allgemeinen Ausrichtung der Webseite, sondern mit dem Inhalt eines konkreten Artikels auf einer Webseite. Ihre Botschaft erreicht somit potenzielle Kund*innen, die sich in diesem Moment mit genau diesem Thema befassen. Zusätzlich

nutzen Sie auf Wunsch weitere Targeting-Möglichkeiten, z. B. nach Region oder Tageszeit. So stellen wir sicher, dass Sie Ihre Zielgruppe zur richtigen Zeit am richtigen Ort im richtigen Umfeld ansprechen. Der Einkauf der Werbepplätze erfolgt in Echtzeit und vollautomatisiert.

Wie Sie erfolgreich Banner erstellen

Webseiten sind unterschiedlich gestaltet. Daher benötigen Sie für eine wirksame Kampagne unterschiedliche Formate für verschiedene Gerätetypen. Hierbei ist ein ausgewogener Mix wichtig, damit die User*innen weitreichend abgeholt werden. Mit den angeführten Formaten haben Sie auf jeden Fall eine gute Basis. Sollten Sie noch keine Werbemittel haben, dann unterstützt Sie der Werbemittelgenerator unseres Online-Tools EinfachWerben Banner. Damit erstellen Sie einfach und in wenigen Schritten Ihr individuelles Banner-Set.



Halfpage Ad
300 x 600px



Medium Rectangle
300 x 250px
(für Mobile und Desktop)



Interstitial/Understitial
320 x 480px
(für Mobile)

Einfache Tipps für mehr Werbeerfolg

Ihre Werbemittel sollen Aufmerksamkeit erzeugen, die Blicke Ihrer Kund*innen auf sich ziehen und zu einem Klick verleiten. Die drei wichtigsten Bausteine eines ansprechenden Werbemittels sind Ihr Logo, ein klares Leistungsversprechen und eine unwiderstehliche Handlungsempfehlung. Hier finden Sie tolle Tipps zur optimalen Werbemittelgestaltung.

1. Ihr Logo

Sie wollen mit Onlinewerbung Bewusstsein für Ihre Marke schaffen. Platzieren Sie daher Ihr Logo prominent und gut lesbar. So geben Sie den User*innen Sicherheit, weil sie schon vor dem Klick wissen, wo sie landen werden. Achten Sie darauf, dass Ihr Logo nicht vom Leistungsversprechen und dem Call to Action (der Handlungsaufforderung) ablenkt.

2. Ihr Leistungsversprechen

Was haben User*innen von Ihrem Angebot und was ist Ihr Alleinstellungsmerkmal? Gibt es eine konkrete Aktion? Ihr Alleinstellungsmerkmal bzw. die Aktion bestimmen die kurze Kernbotschaft, die im Fokus des Banners steht. Sie können Aufmerksamkeit schaffen, indem Sie Texte wie „Qualität für hohe Ansprüche“, „kompetent und zuverlässig“ oder „Angebot des Monats“ nutzen. Sprechen Sie es aus, wenn Ihr Angebot zeitlich begrenzt ist. Das erzeugt Dringlichkeit bei den User*innen.

3. Ihr Call to Action

Erst eine Handlungsaufforderung macht Ihren Banner komplett, ob mit oder ohne Button. Was soll der*die User*in tun? Machen Sie es in Ihrem Banner deutlich – manchmal führt gerade diese letzte Aufforderung zum gewünschten Klick. Wenn die Gestaltung einen Button zulässt, erzeugen Sie damit noch mehr Nachdruck, gerne in einer auffälligen Farbe. Wichtig ist auch: Der normale Lesefluss beginnt links oben und endet rechts unten – und genau dort ist auch der richtige Platz für Ihren CTA.





Sie sind neugierig geworden und wollen die Vorteile von programmatischer Werbung nutzen?

Die Post macht es Ihnen jetzt besonders einfach. Besuchen Sie uns unter post.at/einfachwerbenbanner und probieren Sie unser Online-Tool zur Bannerbuchung aus.

**Werbung
Post
Business**