



6 SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG, UM TRAFFIC AUF DER WEBSEITE ZU GENERIEREN

CHECKLISTE:

1. SCHLÜSSEL: WAHL DER RICHTIGEN TARGETING-METHODE

► Das Targeting ist im digitalen Raum von entscheidender Bedeutung: Um Besucher auf eine Website zu locken, sollten man sich daher eher auf Audience Planning anstelle von Media Planning konzentrieren.

- **Surfgewohnheiten der Zielgruppen beobachten:** Ihre Kunden wann und wo im Internet?
- **Whitelists von Webseiten, auf denen die gesuchten Zielgruppen präsent sind,** mit Hilfe von Tools zur Publikumsanalyse (z.B. Comscore) erstellen.
- **Datensegmente mit Intentions (Absichten) integrieren.** Überprüfen, ob der Leistungsgewinn die Kosten für den Kauf der Daten ausgleicht.

Gut zu wissen: Weltweit verbringen Internetnutzer 6 Stunden und 54 Minuten pro Tag mit Surfen im Internet, während sie 3 Stunden und 24 Minuten fernsehen (einschliesslich Streaming). 2 Stunden 25 Minuten verbringen sie in sozialen Netzwerken, 2 Stunden 02 Minuten lesen sie Zeitungen (Print und Online), 1 Stunde 31 Minuten hören sie Radio, 60 Minuten nutzen sie einen Musik-Streaming-Dienst und 54 Minuten hören sie Podcasts. Die durchschnittliche tägliche Zeit, die weltweit mit dem Spielen von Videospielen verbracht wird, beträgt 1 Stunde und 12 Minuten.

2. SCHLÜSSEL: DIE RICHTIGEN PROGRAMMATIC FORMATE AUSWÄHLEN

► Wirkungsvolle und personalisierte Displayformate erzielen die beste Performance bei der Generierung von Webtraffic.

- **Formate mit hoher Engagementrate** (Wallpaper) **mit günstigeren** Formaten (Native oder IAB-Banner) **kombinieren.**
- **Mobile integrieren,** für einen optimalen Device-/Formate-Mix
- **Dynamic Creative Optimisation,** um aktuelle Bestseller-Produkte zu pushen

3. SCHLÜSSEL: REICHWEITE MAXIMIEREN

► Zielgruppen können überall im Internet präsent sein. Die Reichweite sollte daher zwar möglichst umfassend sein aber gleichzeitig sicherstellen, dass die Kampagne mit dem Markenimage übereinstimmt.

- **Open Auction nutzen,** um die Kosten für die Kampagnen zu optimieren.
- **Auf eine sichere Umgebung achten,** damit die Botschaften im richtigen Umfeld erscheinen.

4. SCHLÜSSEL: DEN RICHTIGEN ZEITPUNKT FÜR DIE VERBREITUNG WÄHLEN

► Den richtigen Zeitpunkt für die Kommunikation zu finden, bedeutet zu verstehen, wie der Kunde Medien nutzt und sich im Internet bewegt.

- **Den richtigen Zeitpunkt** für die Schaltung der Botschaft **genau ermitteln.**
- **Kampagnen automatisch mit externen Ereignissen** (Wetter, Uhrzeit, Offline-Medienplan...) **synchronisieren.**

Beispiel: Suchaktionen im Zusammenhang mit Verwaltungsformalitäten (z. B. die Suche nach Informationen zur Eröffnung eines Bankkontos oder zum Abschluss einer Hausratversicherung) werden hauptsächlich unter der Woche, tagsüber erledigt. Die Suche nach Reisezielen oder Freizeitprodukten findet dagegen eher am Abend oder am Wochenende statt.

5. SCHLÜSSEL: AUSSCHLIESSUNG AKTUELLER BESUCHER- UND/ODER DER KUNDENBASIS

► Kein Budget für Interessenten oder Kunden, welche die Marke bereits kennen, ausgeben und diese automatisch aus den Kampagnen ausschliessen (Negativtargeting).

- **Webseite taggen,** um den Grossteil des bestehenden Traffics auszuschliessen.

6 SCHLÜSSEL: MESSUNG DER PERFORMANCE

► Durch die Analyse der Performance der Kampagnen wird nicht nur der ROI ermittelt. Es können auch Optimierungspotenziale entdeckt werden, um die Kampagnen laufend zu optimieren.

- **KPIs festlegen:** Volumen der generierten Besuche, Volumen der generierten qualifizierten Besuche, Kosten pro Besuch oder qualifiziertem Besuch, Rate der neuen Besucher...
- **A/B Testing,** um die Steigerung der Besuche auf der Webseite zu messen, welche durch die Kampagne generiert wurden.
- **Regelmässige Test & Learn Evaluation,** um neue Targeting Möglichkeiten, verschiedene Creatives oder Varianten von Ansprachen zu testen.

HABEN SIE FRAGEN?
BRAUCHEN SIE UNTERSTÜTZUNG?

WER SIND FÜR SIE DA

contact@gamned.com