G+J e|MS

HAMBURG_JANUAR 2018

RE-TARGETING

WIEDERANSPRACHE DES NUTZERS FÜR EIN ERFOLGREICHES STORYTELLING

WIEDERANSPRACHE VON INTERAGIERENDEN NUTZERN

Re-Targeting bedeutet die werbliche Wiederansprache von Internetnutzern, die bereits eine bestimmte Aktion (z.B. Seitenbesuch, Klick auf ein bestimmtes Werbemittel) getätigt haben. Ein User, der beim Besuch einer Website per Cookie markiert wurde, kann anschließend auf anderen Seiten erneut angesprochen werden.

ERST-KONTAKT

1. FLIGHT

ERST-KONTAKT der User mit dem Werbemittel – z.B. bei der Bewerbung einer Parfüm-Marke in der Frauen-Rotation

USER-MARKIERUNG

MARKIERUNG der Nutzer, die **KONTAKT** mit dem Werbemittel hatten oder damit **INTERAGIERT** (Klick, View) haben

WIEDERANSPRACHE

2. FLIGHT

WIEDERANSPRACHE der **MARKIERTEN USER** in der Netzwerk-Rotation mit einem zweiten Werbemittel

Fiktives, unverbindliches Beispiel

INVOLVIERTE NUTZER ZUM WEITEREN STORYTELLING NUTZEN

Ziel ist es, den Nutzer, der bereits Interesse an der Site oder einem Produkt gezeigt hat, nach erstmaligem Werbemittelkontakt mit einer weiteren Werbebotschaft zu erreichen. Diese Methode kann zur Steigerung der Werberelevanz und zur Conversion-Optimierung genutzt werden.

- **WIRKUNGSVOLLES STORYTELLING**
  Verstärkung des bereits bekundeten Nutzerinteresses an einem Produkt durch erneute Ansprache
- **STEIGERUNG VON BRANDING-EFFEKT & WERBERELEVANZ** durch Mehrfachkontakt der User mit verschiedenen Werbemitteln eines Advertisers
- **VERKNÜPFUNG VON INTEGRATIONEN & DISPLAY**
  Optionale User-Markierung in Integrationen und Wiederansprache mittels Display-Flight

RE-TARGETING: BUCHUNGSOPTIONEN & KONDITIONEN

BUCHUNGSOPTIONEN & RAHMENBEDINGUNGEN:

- Für Integrationen* und alle Display-Formate in RoS, RoC, RoN – auf Desktop und MEWs (nicht in Apps)
- Kombinierbar mit folgenden Targeting-Varianten: Soziodemografie, Technisches Targeting
- Mit Frequency Capping buchbar
- Empfohlen wird ein zeitgleicher Start des Re-Targeting-Flights mit dem Markierungsflight**
- Markierungsflight und Re-Targeting-Flight dürfen nicht im gleichen Umfeld (RoS, RoC, RoN) erfolgen
- Begrenzte Reichweiten durch Beschränkung auf User, die bereits das Produkt gesehen / die Website besucht haben
- Kein Forecast aufgrund Unvorhersehbarkeit der Cookie-Markierung und optionalen Cookie-Löschung durch den User
- Negatives Re-Targeting möglich (Ansprache der User, die bisher keinen Werbemittelkontakt hatten)
- Mindestlaufzeit Re-Targeting-Flight: 1 Woche

KONDITIONEN & ABRECHNUNG

- 10 € additiver Aufschlag auf den Brutto-TKP im Re-Targeting-Flight***
- Effektive Abrechnung der Kampagne

*Nach Rücksprache | **Enge Abstimmung mit G+J e|MS erforderlich bei erweiterten Vorlaufzeiten gemäß G+J e|MS Werbemittelspezifikationen
***Der Aufschlag gilt additiv und für den Einsatz der G+J e|MS-Technologie. Sollte das Re-Targeting über eine EXTERNE Pixeltechnologie abgewickelt werden, erhöht sich der Aufschlag und muss mit G+J e|MS abgestimmt werden.