



# KONTEXTUELLES TARGETING

DEN NUTZER IN SEINEM PERSÖNLICHEN „MICRO MOMENT“ ERREICHEN

November 2017

# PERFEKTES ZUSAMMENSPIEL VON WERBEBOTSCHAFT UND CONTENT

Beim kontextuellen Targeting wird der gesamte Content auf Site-Ebene technisch mit linguistischen Mitteln gescannt und analysiert. Auf diese Weise lässt sich der Sinn eines Textes auch im Umfeld mehrdeutiger Begriffe erschließen. Dadurch kann bestimmt werden, ob sich z.B. ein Artikel über David Beckham in erster Linie mit Sport, Lifestyle, Mode, Promi-News oder einer Kombination aus allen genannten Themenbereichen befasst.



- User-Ansprache im persönlichen „MICRO MOMENT“, der gezielt einem bestimmten Thema gewidmet ist
- **INDIVIDUELLE ZG-ANSPRACHE DURCH STORYTELLING** mit einem Mix aus individuellen Keywords und der richtigen Kategorie\*
- **STEIGERUNG DER USER-AKZEPTANZ** durch thematische Relevanz der Werbung
- **BRAND SAFETY** durch Ausschluss von generischen und spezifischen Negativ-Kontexten
- **DATA INDEPENDENCE**, da die Analyse und Speicherung der User-Daten nicht notwendig sind

## WAS BEDEUTET KONTEXTUELLES TARGETING KONKRET?

### *Dramatischer Streit bei David + Victoria*

*Berichten zufolge wurde die Fußball-Ikone David Beckham mit einer anderen Frau erwischt – Ehefrau Victoria Beckham soll vor Wut toben*



Finden Sie Ihre Keywords im richtigen von vielen Kontexten

Beispiel: David Beckham

### *Beckham präsentiert eigene Unterwäsche-Kollektion*

*Seine Frau Victoria konnte sich bereits als Designerin einen Namen machen, nun versucht auch David Beckham sein Glück in der Modewelt.*



### *Das wilde Leben in den Slums von Rio de Janeiro*

*Angeblich haben David Beckham und Madonna Häuser gekauft, doch diese Meldungen kann keiner bestätigen.*



# KONTEXTUELLES TARGETING: BUCHUNGSOPTIONEN & KONDITIONEN

## BUCHUNGSOPTIONEN & RAHMENBEDINGUNGEN:

- Für alle Display-Formate ausschließlich in RoN – auf Desktop und MEWs (nicht in Apps)
- Kombinierbar mit den Targeting-Varianten Soziodemografie und Technisches Targeting
- Begrenzte Anzahl an individuellen Bad Words und positiven Keywords (insgesamt max. 30 Words)
- Kombination von max. 2 Keywords (z.B. „gesundes Haar“, „schnelle Autos“; Kombination wird als 1 Keyword gezählt)
- Optionale Auswahl von spezifischen Bad Words und positiven Keywords; Kombinationen von Keyword-Typen sind möglich
- Nur ohne Frequency Capping buchbar
- Kein Forecast aufgrund Unvorhersehbarkeit der News-Produktion (Good News/Bad News)
- Reichweite stark abhängig von Keywords, Kampagnenlaufzeit und Kategorie\*

## KONDITIONEN & ABRECHNUNG:

- 20 € additiver Targeting-Aufschlag auf den Brutto-TKP\*\*
- Effektive Abrechnung bei etwaigen Unterlieferungen im Falle von fixen Kampagnenzeiträumen und fixen Budgets ODER Ausspielung des gebuchten AI-Volumens bis zur Erfüllung (offenes Kampagnen-Ende)

\*Enge Abstimmung mit G+J e|MS erforderlich bei erweiterten Vorlaufzeiten gemäß G+J e|MS Werbemittelspezifikationen | \*\*Sollte eine zusätzliche Targeting-Variante (z.B. Soziodemografie à 10 € Aufschlag) angefragt sein, bemisst sich der Aufschlag für diese Targeting-Kombination nach der Targeting-Art mit dem höheren Aufschlag und beträgt mindestens 20 €; Achtung: KEINE Kombination von Kontextuellem Targeting mit Predictive Behavioral Targeting, Re-Targeting o. Ä.