



RE-TARGETING (IN-PAGE & IN-STREAM)

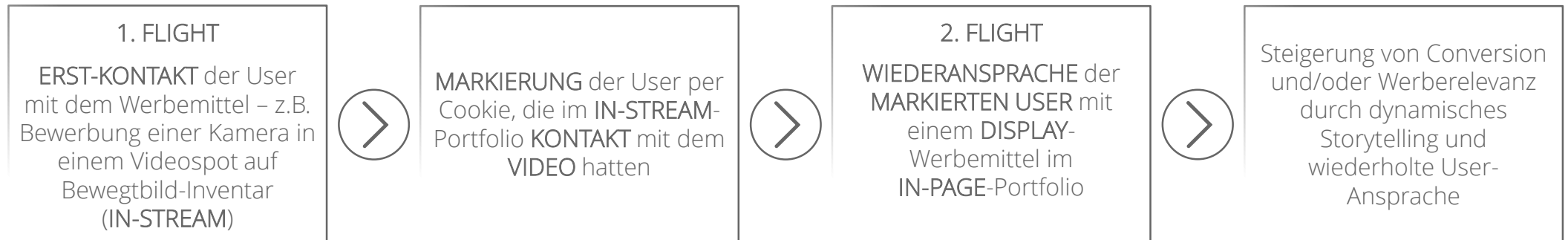
DYNAMISCHES STORYTELLING MIT VIDEO, DISPLAY & INTEGRATIONEN

Juli 2018

RE-TARGETING (IN-PAGE & IN-STREAM): DYNAMISCHES STORYTELLING MIT VIDEO, DISPLAY & INTEGRATIONEN

Re-Targeting ist die werbliche Wiederansprache von Internetnutzern, die bereits Kontakt mit Werbemitteln eines Advertisers hatten. Mit **Re-Targeting In-Page & In-Stream** kann der Kunde unterschiedliche Formate – Bewegtbild, Display, Integrationen – in einer Kampagne verbinden: Ein User, der beim Schauen eines **Videospots im In-Stream-Portfolio** per Cookie markiert wurde, wird anschließend im **In-Page-Portfolio mit Displaywerbung oder in Integrationen** erneut angesprochen. Mit diesem dynamischen Storytelling können Kunden ihre Kampagnenbausteine optimal verzahnen und u.a. Werberelevanz und Conversions steigern.

BEISPIEL: Ein Elektronikhersteller plant eine Video-Kampagne mit Storytelling-Ansatz und Wiederansprache von Usern mittels Display*



*Fiktives, unverbindliches Beispiel; die umgekehrte Reihenfolge ist ebenso möglich: User-Markierung in Display-Flights oder Integrationen (In-Page) und Wiederansprache in Video-Umfeldern (In-Stream)

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 Thema oder Produkt durch erneute Ansprache
- **STEIGERUNG VON BRANDING-EFFEKT & WERBERELEVANZ** durch Mehrfachkontakt der User mit verschiedenen Werbemitteln eines Advertisers
- **VERKNÜPFUNG VON VIDEO, DISPLAY & INTEGRATIONEN** – User-Markierung in aufmerksamkeitsstarken Video-Umfeldern und Wiederansprache in Display-Flights oder Integrationen*

*Die umgekehrte Reihenfolge ist ebenso möglich: User-Markierung in Display-Flights oder Integrationen (In-Page) und Wiederansprache in Video-Umfeldern (In-Stream)

RE-TARGETING (IN-PAGE & IN-STREAM): BUCHUNGSOPTIONEN & KONDITIONEN

BUCHUNGSOPTIONEN & RAHMENBEDINGUNGEN:

- Für Integrationen* und alle Display-Formate in RoN – ggf. auch in RoS und RoC umsetzbar*
- Auf Desktop und MEWs (nicht in Apps)
- Markierungsflight: kombinierbar mit Targeting (Techn., Soziodemografie)** und leichtem Frequency Capping (z.B. 2/Tag)
- Re-Targeting-Flight: nicht kombinierbar mit Targeting und/oder Frequency Capping
- Empfohlen wird ein zeitnaher, um 1 Tag versetzter Start des Re-Targeting-Flights mit dem Markierungsflight***
- Kein Forecast möglich
- Negatives Re-Targeting möglich (Erhöhung der inkrementellen Reichweite)
- Mindestlaufzeit Re-Targeting-Flight: 2 Wochen
- Empfohlenes AI-Verhältnis in den Flights 6:1 (6 Teile Markierung vs. 1 Teil Re-Targeting)

KONDITIONEN & ABRECHNUNG:

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

*Nach Rücksprache | **Eine Kombination mit weiteren Targeting-Varianten ist nicht möglich | ***Enge Abstimmung mit G+J e|MS erforderlich bei erweiterten Vorlaufzeiten gemäß G+J e|MS Werbemittel-spezifikationen | ****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