

# Unsere selbstlernenden Kampagnen...

...finden Ihre Kunden

# Zielsetzung

Bei diesem Kampagnen-Design identifizieren wir mit Hilfe unserer Adserver Technologie die jeweils entsprechenden User.

## Klickoptimizing

- Identifizierung der User, die auf Ihr Sujet geklickt haben und Steuerung weiterer Kampagnen auf alle User die ein vergleichbares Profil haben.
- Erreichung der klickaffinen User.
- Steigerung der Klickrate Ihres Werbemittels.
- Marktforschung, „User Insight“-Report für Ihre Marke.
- Aufbereiten der Klickvariable für weitere Kampagnen.

## Lead- bzw. Conversionoptimizing

- Identifizierung der User, die Ihr Produkt gekauft haben und Steuerung weiterer Kampagnen auf alle User die ein vergleichbares Profil haben. Wir liefern Ihnen das soziographische Profil dieser User und targeten weitere Kampagnen auf alle User, die vergleichbare soziographische Eigenschaften haben.
- Erreichung der kaufaffinen User.
- Steigerung der Order-Rate
- Marktforschung, „User Insight“-Report für Ihre Marke.
- Aufbereiten der Ordervariable für weitere Kampagnen.

# Kampagnendesign

## Klickoptimizing

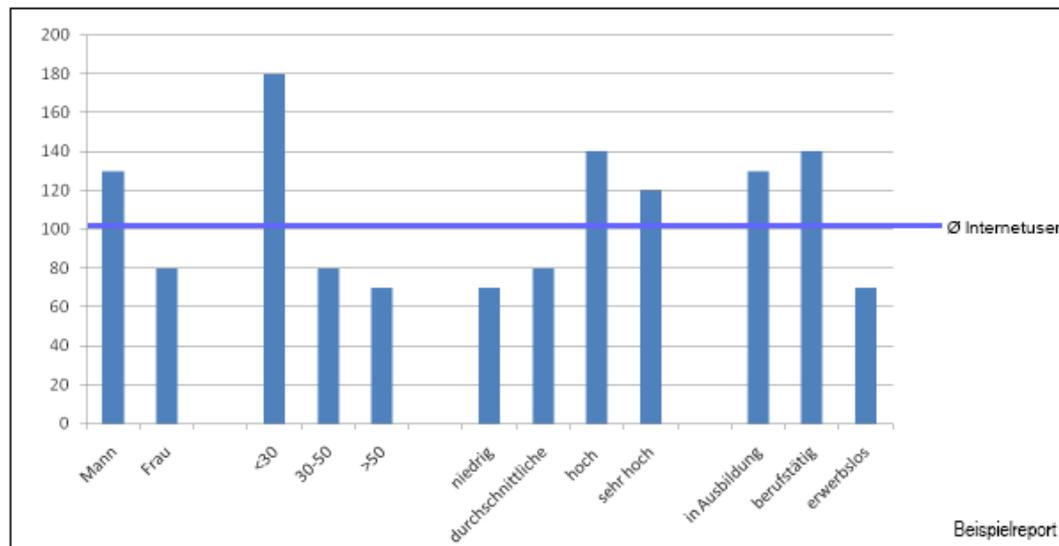
- Gesamtlaufzeit der Kampagne → mind. 1 Monat
- 2 Phasen → Klick-Messung und Klickoptimierung
  - Messung:  
Durch Analyse der klickenden User wird die Variable der klickaffinen User gebildet (bis Erreichung von ca. 100 Klicks).
  - Optimierung:  
Es wird die gebildete Variable für eine breite Kampagne eingesetzt (bis Ende der Kampagnenlaufzeit).

## Conversionoptimizing

- Gesamtlaufzeit der Kampagne → mind. 1 Monat
- 2 Phasen → Order-Messung und Optimierung
  - Messung:  
Mittels Analyse der soziodemographischen Profile der ordernden User wird die Variable der kaufaffinen User gebildet (bis Erreichung von ca. 50 Bestellungen).
  - Optimierung:  
Es wird die gebildete Variable für eine breite Kampagne eingesetzt (bis Ende der Kampagnenlaufzeit) dies garantiert mehr Absatz Ihrer Produkte.

# „User Insight“-Report

- Durch die Analyse der Variable „klickaffin“ bzw. „kauffaffin“ entsteht ein „User Insight“-Report, welcher die Soziodemografie der jeweiligen User für Ihre Marke im Vergleich zum Internetdurchschnitt zeigt.



- Die Variable kann für ähnliche Kampagnen wieder verwendet werden.

# Angebot

|                  | Phase                             | Werbeform                                     | Als     | Platzierung     | Targeting     | TKP  | Budget     |
|------------------|-----------------------------------|---|---------|-----------------|---------------|------|------------|
| <b>TEST</b>      | Klickmessung/<br>Ordermessung     | Superbanner<br>Medium Rectangle<br>Skyscraper | 400.000 | ROS FC4/Woche   | -             | € 25 | € 10.000,- |
| <b>UMSETZUNG</b> | Klickoptimierung/<br>Ordermessung | Superbanner<br>Medium Rectangle<br>Skyscraper | 800.000 | Intelligent FC3 | Klickvariable | € 30 | € 24.000,- |

- Zeitraum der Kampagne:
  - Testphase: 1-2 Wochen (abhängig von Anzahl der Klicks/Orders)
  - Umsetzungsphase: bis Ende der Kampagnenlaufzeit (flexibel/nach Auslieferung)
- Mit dieser Kampagne erreichen Sie **1.200.000 garantierte Sichtkontakte**.
- „User Insight“-Report für Ihre Marke.
- Angebot enthält 40 % Rabatt.
- TKP € 17

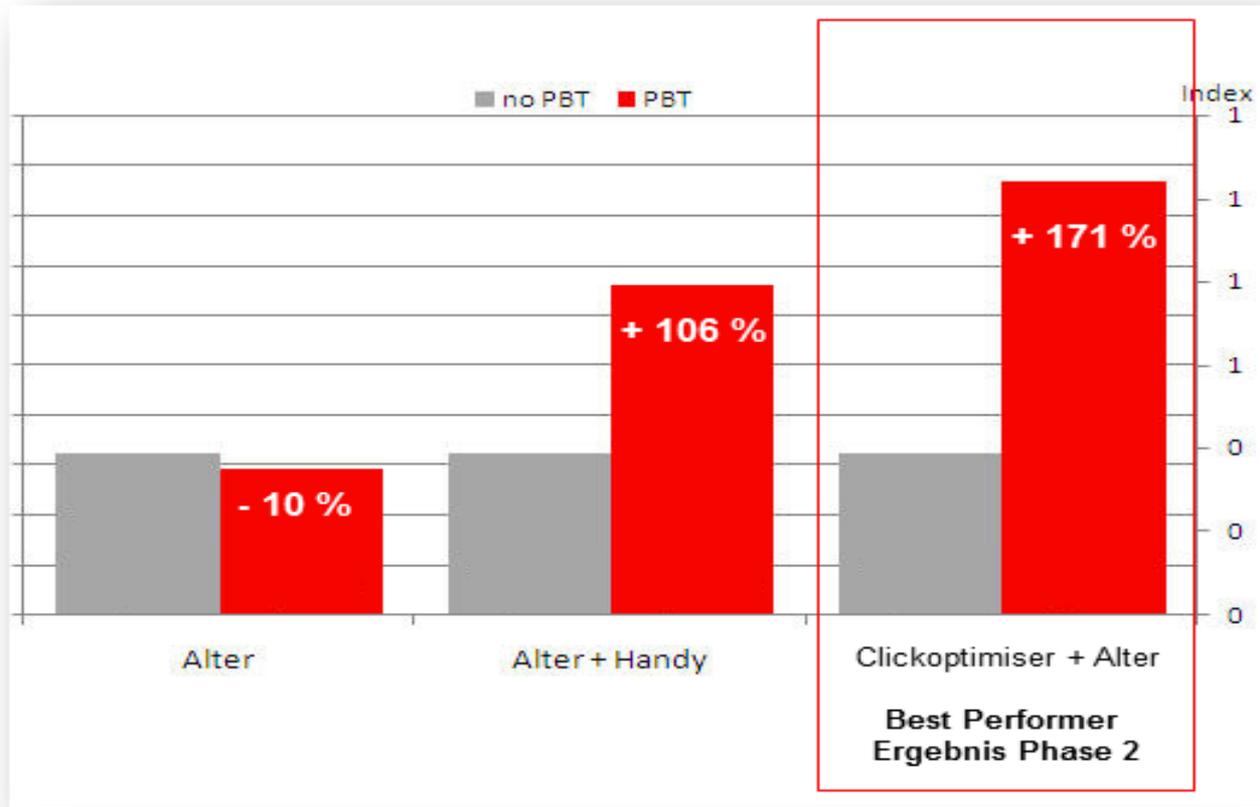
**Medienwert: € 34.000,-**  
**Budgetbedarf: € 20.400,-**  
 (Kundennetto)

Es gelten die AGB der STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H. Alle Preise verstehen sich nach Abzug aller Rabatte, vor Abzug von 15 % Agenturprovision und vor 20 % USt. Änderungen, Satz- und Druckfehler vorbehalten.

[derStandard.at](http://derStandard.at)



# Showcase für Klickoptimizing



Unser Kunde Telering steigert so seine Klickrate.  
Alle Details zum Showcase finden Sie [hier](#).

# Showcase für Conversionoptimizing

## Ergebnis gesamt – Anzahl der Conversions (Post-View)



Veränderung der  
Conversions im Rahmen der  
Conversionoptimierung

### Daten und Fakten zur Kampagne

#### Predictive Behavioral Targeting (mit Targeting)

Gelieferte Sichtkontakte 424.449

#### Kontrollgruppe (ohne Targeting)

Gelieferte Sichtkontakte 396.418

Unser Kunde brokerjet steigert so seine Onlineabschlüsse.  
Alle Details zum Showcase finden Sie [hier](#).

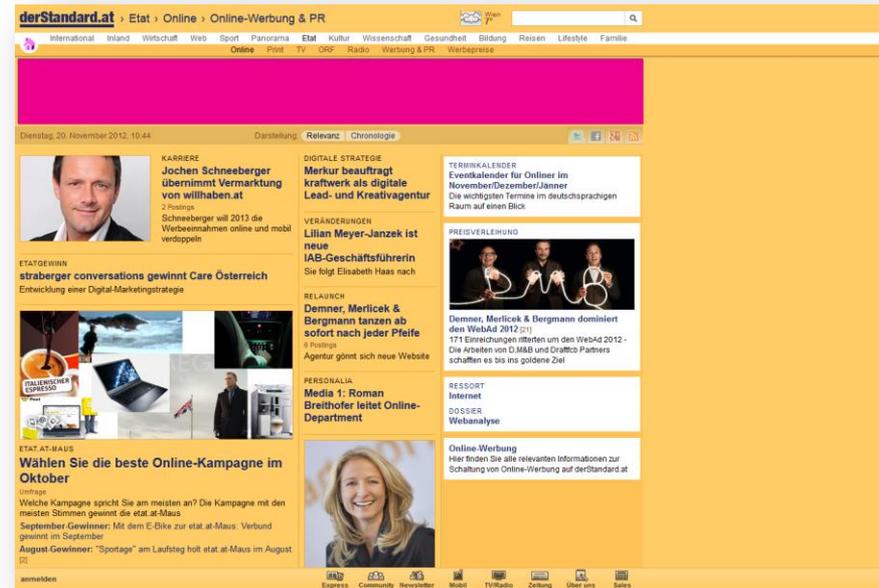
# SuperBanner

SuperBanner sind Banner im Großformat von 960 x 100 Pixel (auch 728 x 90 Pixel). Diese füllen den gesamten oberen Bildschirmbereich, der durch die horizontale Navigation abgegrenzt ist.

**Sujet:** kann ein statisches Bild oder eine Animation sein. Zählpixel möglich

**Tag in Tag:** möglich

**Format:** 960 x 100 Pixel oder 728 x 90 Pixel, gif/jpg, 40kb



# Werbung im Artikel

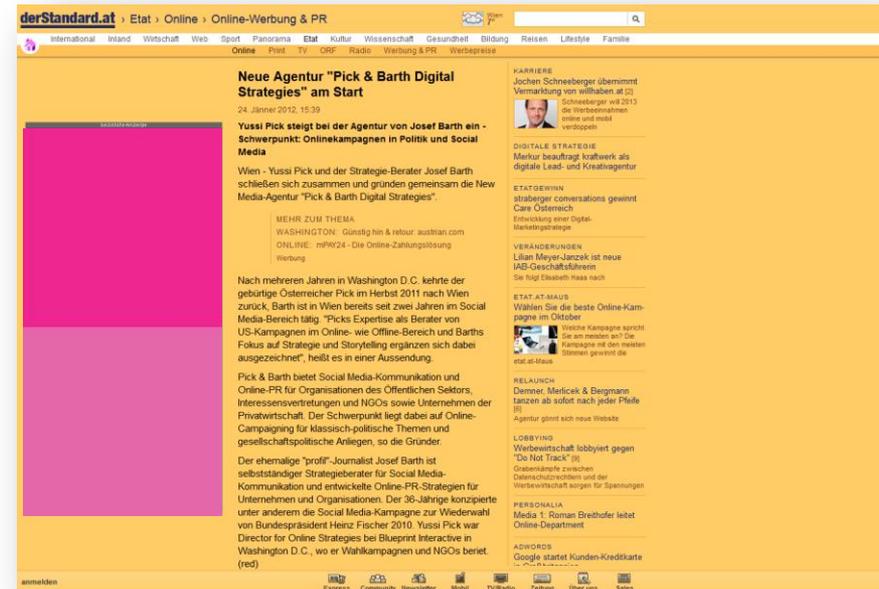
Mit diesen Werbeformen platzieren wir Ihre Botschaft links direkt neben einem Artikel. Also genau dort, wo sich unsere UserInnen am längsten aufhalten.

**Sujet:** kann ein statisches Bild, eine Animation oder sogar ein Kurzfilm sein (z.B.: Werbespot mit Ton).

**Tag in Tag:** möglich

**Format klein:** Rectangle/Medium Rectangle bis max. 300 x 300 Pixel

**Format groß:** Skyscraper oder Half Page Ad bis max. 300 x 600 Pixel  
gif/jpg



396.000 Leserinnen und Leser pro Ausgabe\*

1.032.000 mobile Unique User pro Monat\*\*

1.966.000 Unique User pro Monat\*\*

79.000 crossmediale Entscheider pro Tag\*\*\*



# Erfolgreich werben.

**Anzeige** | [anzeige@derStandard.at](mailto:anzeige@derStandard.at)  
Tel.: +43 1 53 170-707 | Fax: DW 485

**Karriere** | [stellenmarkt.anzeigen@derStandard.at](mailto:stellenmarkt.anzeigen@derStandard.at)  
Tel.: +43 1 53 170-291 | Fax: DW 327

**Immobilien** | [immo@derStandard.at](mailto:immo@derStandard.at)  
Tel.: +43 1 53 170-727 | Fax: DW 9727

[derStandard.at/Sales](http://derStandard.at/Sales)

[derStandard.at](http://derStandard.at)

