



PostView - Marketing

Kurzübersicht

Über nexico

Seit 2003 sind wir als Agentur und Affiliate im Online-Marketing aktiv. Mit 15 Mitarbeitern bedienen wir heute die Bereiche Performance- & Reichweiten-Marketing, SEM/SEO, Affiliate-Marketing, Webentwicklung, Webdesign und entwickeln und betreuen eigene Projekte.

PostView-Marketing mit nexico

PostView-Marketing interpretieren wir als Verschiebung von Media-Budgets aus herkömmlichen Reichweiten- und Image-Kampagnen in das PostView-Marketing – bei gleichem bzw. höherem Nutzen für den Merchant - da enorme Reichweiten gebucht werden; kein Risiko - aufgrund performance-basierter Vergütung; geringer Aufwand - da der größte Teil des organisatorischen und technischen Aufwands bei uns liegt.

Werbemittel

Wir vermarkten Single-, Rotations- und klassische Multi-Merchant-Banner, mit maximal 2-3 Merchants, die sehr flexibel an die Bedürfnisse und Anforderungen des Merchants angepasst werden können, um maximale Branding-Effekte zu erreichen.

Publisher-Pool

Wir arbeiten mit einem eigenen Publisher-Pool sowie mit zertifizierten internationalen Traffic-Netzwerken. Eine manuelle Selektion sowie eine automatisierte Kontrolle der Werbeflächen ermöglichen maximale Erfolge für Image- und Reichweiten-Kampagnen.

Monitoring/Optimierung

Die performance-basierte Optimierung pro Werbefläche schafft ein optimales Kosten-Nutzen-Verhältnis. Die Selektion der Werbeflächen auf Basis der Conversion-Rate ermöglicht die Ausrichtung auf ein sehr affines Werbeflächenportfolio bzw. eine affine Usergruppe .

Sicherheit

Wir verpflichten uns, Werbung nicht auf Webseiten zu platzieren, die jugendgefährdende Inhalte darstellen, d.h. keine illegalen, pornografischen, gewaltverherrlichenden oder diskriminierenden Inhalte sowie keine Image und File-Hosting-Seiten. Die Kontrolle erfolgt über eine InHouse-Tracking-Lösung und einen Abgleich mit einer Publisher-Whitelist auf unserem Adserver.

Nutzen Sie alle Möglichkeiten

Als Online-Marketing Agentur beraten und unterstützen wir unsere Kunden in allen Bereichen des Online-Marketing. Dabei schöpfen wir das Potenzial der einzelnen Online-Marketing-Instrumente aus und achten zudem auf Crossmediale Einflüsse. Anschließend werden die Faktoren analysiert, bewertet und optimiert.

Besonders das Display-Advertising haben wir in den letzten Jahren stark entwickelt. Durch unsere direkten Kontakte und engen Verknüpfungen mit internationalen Traffic-Anbietern verfügen wir über Banner-Werbeflächen in fast allen Ländern der Welt. Außerdem können wir in Deutschland und einigen anderen europäischen Ländern auf einen eigenen Publisher Pool zugreifen. In Verbindung mit unserem Adserver und unseren Optimierungssystemen ist es uns möglich Kampagnen optimal aufzusetzen und auf die Kampagnen-Ziele auszusteuern.

PostView-Marketing als Teil des Display-Advertising ist eigentlich ein altes Instrument, wurde aber in den letzten Jahren neu erfunden. Auch wir haben den heutigen Standard interpretiert und ein Konzept erarbeitet. Dabei lehnen wir uns sehr stark an die klassische Bannerwerbung auf TKP oder CPC-Basis an. Dieses herkömmliche Instrument wird hauptsächlich für Image-Kampagnen genutzt, kann aber auf gut optimierten Werbeflächen auch performance-basiert ausgeliefert werden. Hauptmerkmale solcher Kampagnen liegen in der Reichweite, den Zugriffszahlen und dem vorher definierten Erfolg auf der Landing-Page.

Genau an dieser Stelle greift unser PostView-Konzept. Merchants können Branding-Effekte von Reichweiten-Kampagnen parallel mit Umsatz-Zielen in einem Marketing-Instrument verfolgen und sich dabei die Vorzüge des Affiliate-Marketing zunutze machen. D.h. es kommt zu einer Verlagerung des Budgets aus dem Bereich Display-Advertising zum Affiliate-Marketing und die Kampagnen werden rein performance-basiert vergütet. Die Vorteile des Merchants liegen in den enormen Reichweiten verbunden mit den hohen Sichtkontakten (sichtbarer Bereich), der Verlagerung des finanziellen Risikos auf den Affiliate und dem geringen organisatorischen und technischen Aufwand. Bei diesem Instrument sollten aber immer die Crossmedialen Effekte analysiert und bewertet werden, um einen möglichen negativen Einfluss auf andere Marketing-Instrumente oder Absatzwege zu vermeiden.

PostView-Marketing als Verlagerung von Media-Budgets

Bisher wurden große Online-Media-Kampagnen von den Merchants selbst oder durch deren Marketing-Agenturen abgewickelt. Die Nachteile liegen hier im Zeitaufwand für die Auswahl der Traffic-Netzwerke, dem Aushandeln der Preise und Aufsetzen der Kampagnen sowie der Optimierung auf PostClick-Basis. Die Erfolgsmessung und das finanzielle Risiko sind die größten Herausforderungen solcher Reichweiten-Kampagnen.

An dieser Stelle setzt das performance-basierte PostView-Marketing an. Der Zeitaufwand für das Aufsetzen und Optimieren entfällt für den Merchant. Das finanzielle Risiko der Media-Kampagnen wird auf uns übertragen. Das Portfolio mit der Reichweite ist bekannt, da die Werbeflächen alle geprüft wurden und Mediadaten sowie Erfolgszahlen einzelner Werbeflächen vorliegen. Das Budget kann kontrolliert und gesteuert werden und es wird erfolgsabhängig verteilt. D.h. Media-Kampagnen mit PostView-Tracking werden messbar gemacht und es erfolgt nur dann eine Vergütung, wenn ein Sichtkontakt oder eine Klick-Aktion zu einem Erfolg auf Seiten des Merchants führt.

Durch unsere langjährigen Erfahrungen im Display-Advertising und PostView-Marketing können wir Abläufe wesentlich effizienter planen, umsetzen und zielorientiert aussteuern, mit allen Vorteilen von Media-Kampagnen aber ohne größeren Aufwand für den Merchant.

PostView-Tracking

PostView-Tracking basiert auf der Technologie des Banner-Marketing. Hier werden lediglich die View-Cookies durch spezielle PostView-Cookies ersetzt. Diese Technik ermöglicht es, User zu verfolgen, ohne dass ein aktiver Klick auf das Werbemittel erfolgt ist. Hierbei wird ausschließlich der Sichtkontakt mit dem Werbemittel also der Brandingeffekt gemessen. Eine spätere Aktion des Users kann dadurch performance-basiert vergütet werden.

Durch die ausgereiften Systeme der Affiliate-Netzwerke wird gewährleistet, dass das herkömmliche Affiliate-Marketing nicht durch das PostView-Marketing beeinflusst wird. D.h. PostClick-Cookies haben immer Vorrang vor PostView-Cookies. Durch zusätzliche Einstellungen auf Seiten der Merchants, z.B. Cookie-Lifetime, angepasste Provisionen, High-Traffic Landing-Pages und gesonderte Werbemittel, kann dieser Effekt noch verstärkt werden.

Werbemittel & Bannerformate

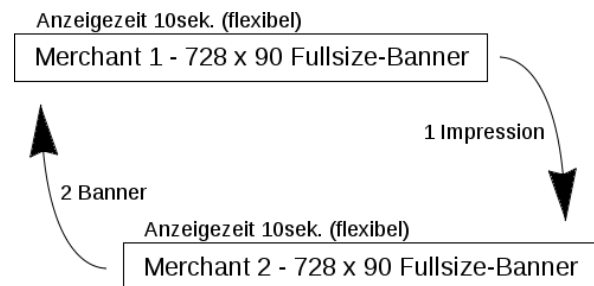
Wir arbeiten mit den Standard-Werbemittelformaten des Banner-Marketing, um einen größtmöglichen Branding-Effekt zu erreichen.

| | | |
|------------------------|---|----------------|
| Fullsize-Banner | → | 468x60 |
| Leaderboard | → | 728x90 |
| Skyscraper | → | 120x600 |
| WideSkyscraper | → | 160x600 |
| MediumRectangle | → | 300x250 |

Um dem Ansatz einer Branding- oder auch Image-Kampagne gerecht zu werden und die Botschaft der Werbemittel optimal zu kommunizieren, vermarkten wir hauptsächlich volle Werbemittel. Oberste Priorität sind die Anforderungen unserer Kunden. Dabei können wir Single-Banner platzieren, aber auch Multi-Merchant-Banner. Durch die Auslieferung von Multi-Merchant-Banner werden höhere Einnahmen pro Werbefläche erzielt, wodurch wir in der Lage sind, höherwertige Werbeflächen zu buchen und damit die Branding-Kampagnen attraktiver zu platzieren.

Der unten dargestellte Multi-Merchant-Banner arbeitet mit einer Rotation, die wir sehr flexibel an die Anforderungen der Merchants anpassen können. Es rotieren maximal 2-3 Banner, wobei das PostView-Cookie des jeweiligen Merchants erst bei

Bannereinblendung gesetzt wird. Die Zeitdauer der Einblendung kann vom Merchant vorgegeben werden. Wenn alle Merchants angezeigt wurden, beginnt die Rotation von vorn. Jetzt werden aber keine weiteren Cookies gesetzt und die Images aus dem Cache geladen, um die Serverlast möglichst gering zu halten.



Als Alternative bieten wir auch die klassischen Triple-Multi-Merchant-Banner an. Hierbei halten wir uns an die Restriktionen des BVDW, d.h. dass keine Rotation erfolgt und die Mindestgrößen pro Merchant eingehalten werden. Letztendlich entscheidet der Merchant, welche Art des Werbemittels besser zu seinen Anforderungen passt.

| | | | | | |
|------------|----------------------------|------------|----------------------------|------------|----------------------------|
| Logo M1 | Anzeigentext Merchant 1 | Logo M2 | Anzeigentext Merchant 2 | Logo M3 | Anzeigentext Merchant 3 |
|------------|----------------------------|------------|----------------------------|------------|----------------------------|

Publisher-Pool/ Monitoring

Die Auswahl der richtigen Werbeflächen ist der Anfang einer erfolgreichen Kampagne. Wir greifen hier auf einen eigenen Publisher-Pool zurück und auf unsere sehr guten Kontakte zu international tätigen und anerkannten sowie zertifizierten Traffic-Netzwerken. Wir selektieren die Werbeflächen manuell und kontrollieren die Platzierungen automatisiert. Über unseren eigenen AdServer steuern wir die Auslieferungen der Kampagnen und Werbemittel. Über einen Abgleich mit einer Publisher-Whitelist wird verhindert, dass wir

auf unbekanntem Webseiten auftauchen. Über eine weitere Inhouse-Tracking-Lösung können wir Banner-Platzierungen im Nachgang prüfen. Diese Prüfung erfolgt einmal täglich und schafft zusätzlich Sicherheit. Wir verpflichten uns, Werbung nicht auf Webseiten zu platzieren, die jugendgefährdende Inhalte darstellen, d.h. keine illegalen, pornografischen, gewaltverherrlichenden oder diskriminierenden Inhalte sowie keine Image und File-Hosting-Seiten.

Kontakt

nexico Consulting GmbH

Display-Advertising
Frank Thiessenhusen

Hansestrasse 21
18182 Bentwisch

Tel.: +49 (0) 381.202.789.89
E-Mail: ft@nexico.net
Homepage: www.nexico.net