

THE LIFE OF AN AD

DER LEBENSZYKLUS EINER ANZEIGE

EIN MARKETEER VERBRINGT WOCHEN DAMIT, DIE OPTIMALE ANZEIGEN-/WERBE-STRATEGIE ZU FINDEN. FÜR DEN EINKAUF VON WERBEPLÄTZEN UND DER AUSLIEFERUNG VON WERBEMITTELN BENÖTIGT MAN HEUTZUTAGE JEDOCH NUR NOCH DEN BRUCHTEIL EINER SEKUNDE.

REACHAD HAT DEN GENAUEN ABLAUF EINER WERBEKAMPAGNE ZUM BESSEREN VERSTÄNDNIS VERANSCHAULICHT.



ENTSTEHUNG EINER DIGITALEN WERBEKAMPAGNE

1. ZUSAMMENFÜHRUNG DER DATEN AUS DEM CRM DES WERBEKUNDEN, DER GELAUFENEN KAMPAGNEN UND DER WEBSEITENSTATISTIKEN MIT DATEN AUS TECHNOGRAPHIE, NUTZERVERHALTEN, REDAKTIONELLEM INHALT UND DEMOGRAPHIE INNERHALB EINER DATEN-MANAGEMENT-PLATFORM (DMP)

8. EINSPIELUNG DER ERGEBNISSE DURCH KONSOLIDIERUNG DER DATEN INS DMP FÜR DIE ZUKÜNFTIGE KAMPAGNENPLANUNG

2. ERSTELLUNG EINER ZIELGRUPPENSEGMENTIERUNG IM DMP

7. OPTIMIERUNG DER KAMPAGNEN-PERFORMANCE UND ANALYSE DER KAMPAGNEN-ERGEBNISSE

3. ENTWICKLUNG EINES WERBEPLANES ZUR ERREICHUNG BZW. ANSPRACHE DER ZIELGRUPPE

6. WERBESCHALTUNG ÜBER EINE DEMAND-SIDE-PLATFORM (DSP), DER ZENTRALEN TECHNOLOGIE FÜR DEN AUTOMATISIERTEN EINKAUF VON MEDIA IM INTERNET

4. KALKULATION DES MEDIABUDGETS FÜR EINE DIGITALE WERBEKAMPAGNE UND AUFSETZUNG EINES MEDIAPLANES

5. KREATION VON WERBEMITTELN IN UNTERSCHIEDLICHEN FORMEN (VIDEO, DISPLAY, SOCIAL, MOBILE), ANGEPASST FÜR JEWELIGE ENDGERÄTE



EINKAUF VON WERBEPLÄTZEN IN ECHTZEIT



0,04 SEKUNDEN

„NUTZER ABC“ GIBT EINE URL IM BROWSER EIN UND DIE SEITE DES WEBSEITENBETREIBERS WIRD ABGERUFEN.

0,08 SEKUNDEN

WEBSEITE FRAGT SEINEN ADSERVER, OB EIN WERBEMITTEL ZUR VERFÜGUNG STEHT. WENN NICHT, FRAGT DER SERVER BEI EINER AD EXCHANGE AN.

0,10 SEKUNDEN

AD EXCHANGE SCHICKT DIE ANFRAGE ZU MEHREREN ANGESCHLOSSENEN DEMAND-SIDE-PLATFORMEN (DSP), DEM TECHNOLOGISCHEN HERZ FÜR DEN AUTOMATISIERTEN EINKAUF VON MEDIA.

0,12 SEKUNDEN

AD EXCHANGE SCHICKT JEDER DSP EIN ANONYMISIERTES PROFIL VOM „NUTZER ABC“, DIE KATEGORIE DER WEBSEITE UND EINE WERBEPLATZ-SICHERHEITS-INFORMATION.

0,125 SEKUNDEN

JEDE BETEILIGTE DSP VERGLEICHT DIE GESENDETEN DATEN MIT DEN EINGESTELLTEN TARGETING-KRITERIEN UND BUDGETGRÖSSEN UND GREIFT AUF „THIRD-PARTY-DATA“ ZU.

0,13 SEKUNDEN

DER ALGORITHMUS JEDER BETEILIGTEN DSP ERRECHNET IM ANSCHLUSS DEN OPTIMALEN „AUKTIONS-Preis“ FÜR DEN WERBETREIBENDEN.

0,14 SEKUNDEN

JEDE DSP SCHICKT DAS ENTSPRECHENDE RECHNUNGSERGEBNIS ZURÜCK AN DIE AD EXCHANGE.

0,18 SEKUNDEN

DIE AD EXCHANGE FÜHRT EINE ZWEITE PREIS-AUKTION DURCH UND LEGT DEN ENDGÜLTIGEN „AUKTIONS-Preis“ UND SOMIT DIE „GEWINNER-DSP“ FEST.

0,19 SEKUNDEN

DIE AD EXCHANGE ÜBERTRÄGT DEN PREIS UND DAS WERBEMITTELFORMAT DER GEWONNENEN AUKTION AN DEN ADSERVER DER WEBSEITE.

0,23 SEKUNDEN

DER ADSERVER VOM WEBSEITENBETREIBER TEILT DEM BROWSER MIT, WELCHES WERBEMITTELFORMAT ANGEZEIGT WERDEN SOLL.

0,31 SEKUNDEN

DER ADSERVER VOM WERBETREIBENDEN SCHICKT DAS „SIEGERWERBEMITTEL“ ZUM BROWSER. DER BROWSER RUFT DIE WEBSEITE INKL. „SIEGERWERBEMITTEL“ AUF UND TEILT DER „GEWINNER-DSP“ MIT, DASS DAS BANNER ANGEZEIGT WORDEN IST.



0,36 SEKUNDEN



REACHAD GMBH
JOSEF-RUEDERER-STR. 5
80335 MÜNCHEN
FON +49. 89. 452 28 55-0

INFO@REACHAD.DE
REACHAD.DE

