



Click-Through-Rate und Conversions mit Viewability-Lösungen erhöhen

Herausforderung

Im Rahmen von Performance-Kampagnen stehen Werbetreibende vor der Herausforderung, eine möglichst hohe Attraktivität für den User zu generieren. Egal ob es um die Click-Through-Rate (CTR) einer Kampagne geht oder um Conversion: Es stellt sich immer die Frage, welche Einflussfaktoren über die Handlung des Users entscheiden?



Lösungsansätze

In der Regel wird versucht, das Verhalten des Users durch eine möglichst hohe Attraktivität des Werbemittels selbst zu beeinflussen. Dabei wird er nicht nur durch den Inhalt der Botschaft, sondern auch durch die grafische Gestaltung dazu animiert, auf das Werbemittel zu klicken. Darüber hinaus existieren Ad-Serving-Lösungen am Markt, die die Auslieferungen auf Werbeplätzen mit hohen CTR und/oder Conversion-Raten steigern und bei Werbeplätzen, bei denen dies nicht der Fall ist, herabsetzen oder ganz stoppen. Mit diesen Lösungen lässt sich jedoch nur sehr eingeschränkt vorhersagen, ob eine Werbeplatzierung Clicks und/oder Conversions generieren wird oder nicht. Ein Beispiel: im Zuge einer Kampagne, die insgesamt vier Wochen läuft, entfallen auf eine Werbeplatzierung A innerhalb der ersten Wochen 10 Conversions und auf eine andere Werbeplatzierung B in der letzten Woche 10 Conversions. Der Ansatz, Werbeplatz B nach der ersten Woche zu eliminieren, ist somit nicht zielführend.

Abbildung 1: Conversion und Sichtbarkeitsdauer insgesamt pro Unique User

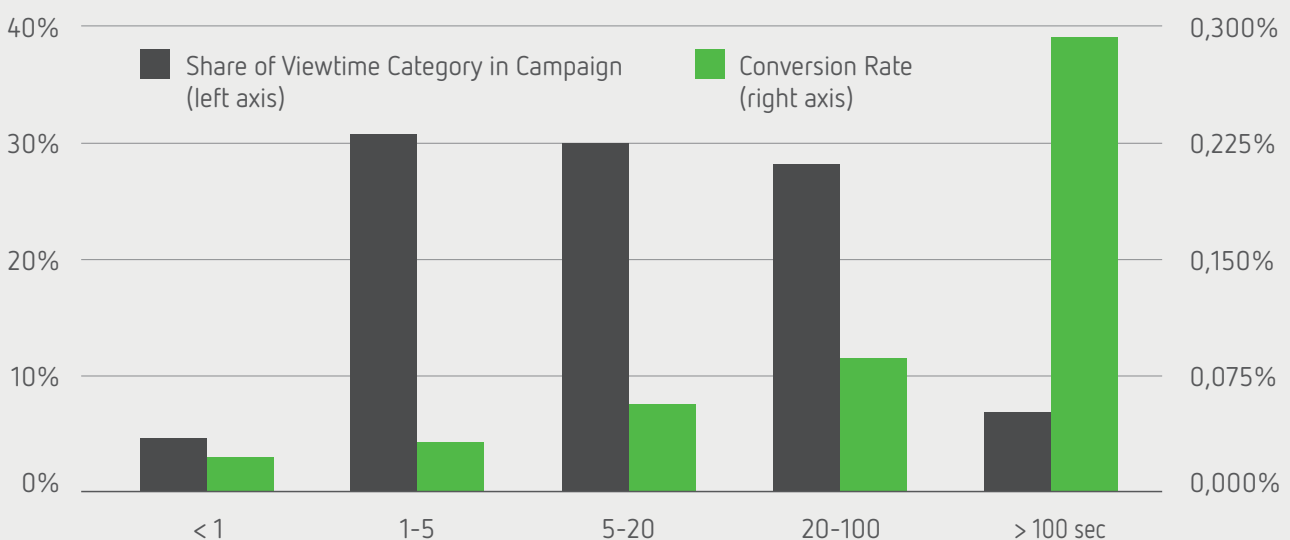
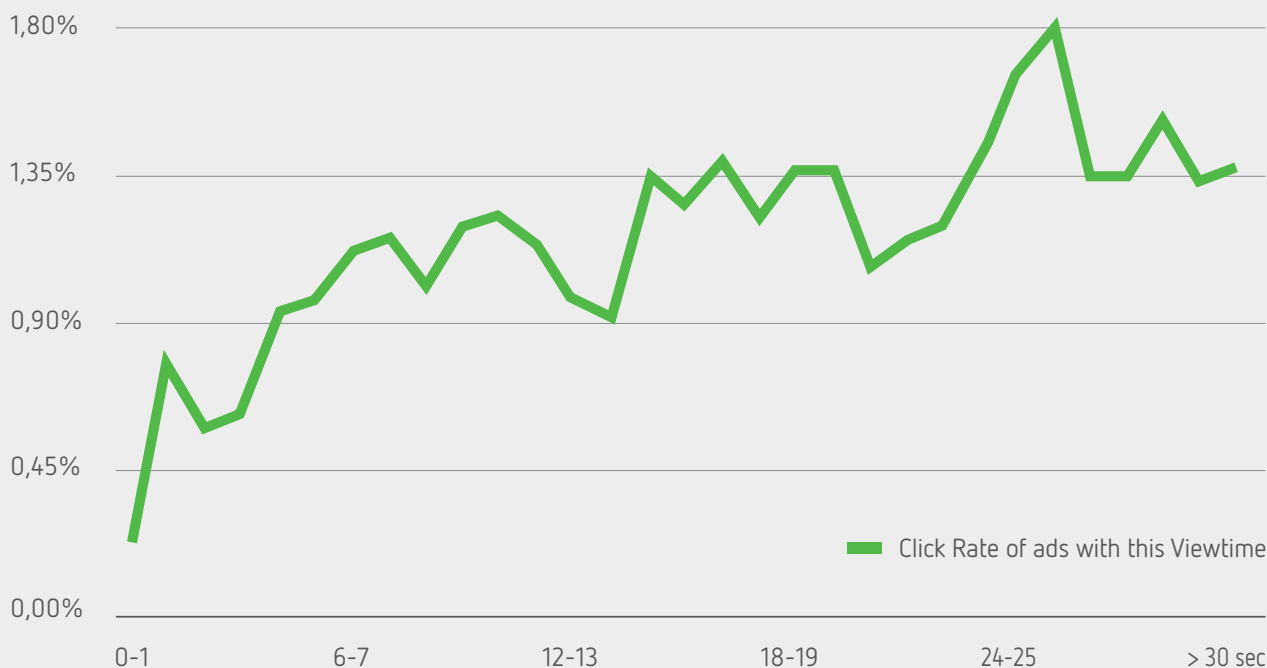


Abbildung 2: Click-Through-Rate (CTR) und Sichtbarkeitsdauer pro Werbeauslieferung



Meetrics nutzt Sichtbarkeitsdaten, um die Effizienz von Werbepätzen für CTR und Conversions verlässlich vorherzusagen. In zahlreichen Studien konnte Meetrics zeigen, dass ein enger Zusammenhang zwischen der Sichtbarkeitsdauer eines Werbemittels und der CTR und Conversion-Rate eines Users besteht. Erst ab einer durchschnittlichen Sichtbarkeitsdauer von über fünf Sekunden steigt der Anteil der Conversions, die auf Basis der Platzierungen stattfinden, deutlich an. (Abb. 1). Die höchste Conversion-Rate erzielen User, die während der Laufzeit einer Kampagne insgesamt eine Sichtbarkeitsdauer von über 100 Sekunden erzielen. Die zeigt sich auch mit Blick auf die Werbeauslieferungen bei der Auswertung der CTR (Abb. 2). Mit zunehmender durchschnittlicher Sichtbarkeitsdauer auf einer Platzierung steigt der Anteil der Clicks je Aufruf kontinuierlich an.

Fazit

Um eine möglichst hohe Performance bei den Usern zu erzielen, ist die Steigerung der Sichtbarkeitsdauer entscheidend. Mit dem Ad Attention Manager können während der laufenden Kampagne Platzierungen identifiziert werden, deren durchschnittliche Sichtbarkeitsdauern hohe Click- oder Conversion-Raten vorhersagen lassen. Damit können diese Platzierungen während der Kampagne optimiert und CTR und Conversion-Raten deutlich erhöht werden. Für den Werbetreibenden MoneySupermarket konnte auf diese Weise ein ROI von 37% erzielt werden. (www.thedrum.com/news/2014/01/13/moneysupermarket-recruits-meetrics-optimize-online-ads)

Über uns

Meetrics ist ein führendes Unternehmen für technische Lösungen zur Steigerung der Qualität und Wirkung von Online Kampagnen. Neben der Viewability-Messung ermöglicht Meetrics Werbetreibenden, Media Agenturen und Vermarktern die Kontrolle von Werbeumfeldern, Zielgruppen und betrügerischen Aktivitäten. Zu den Kunden gehören unter anderem bekannte Unternehmen des digitalen Marketings wie Condé Nast, Dentsu Aegis Network, GroupM, IP Deutschland, Interactive Media, Mindshare, OMG, OMS, Pilot, Spiegel QC, Ströer, Tomorrow Focus, United Internet Media und YAHOO!.

Meetrics HQ Berlin
 Alexanderstraße 7
 10178 Berlin | Germany
 +49 30 555 7578 55
 berlin@meetrics.com

Office London
 The Euston Office
 40 Melton Street
 London NW1 2FD | UK
 +44 20 360 881 07
 london@meetrics.com

Office Paris
 59, Rue des Petits Champs
 75001 Paris | France
 +33 1 73 77 55 96
 paris@meetrics.com

Office Vienna
 Schönbrunner Allee 7
 1120 Vienna | Austria
 +43 699 126 616 81
 vienna@meetrics.com