

+ PERSONALISIERTE ONLINE-VIDEOS

Ob als klassische Video-Ads (auch bezeichnet als Video-Werbung, Rich Media Ads oder Bewegtbild-Anzeigen) oder in Form von Virals oder Erklärvideos („Motion Graphics“) - Online-Videos sind vielseitig einsetzbar und erfreuen sich großer Beliebtheit. Denn sie wecken Emotionen, prägen sich am besten ein und erzielen hervorragende Branding-Effekte.

Es gibt internetspezifische Möglichkeiten, die Wirkung ihrer Video-Ads zu steigern:

- + Tandem-Modelle: Nutzen Sie clevere Kombinationen aus In-Stream Video-Ads und passenden Display-Ads auf der gleichen Seite.
- + Targeting: Vermeiden Sie Streuverluste, in dem Sie Ihre Ads zielgruppengenaue ausliefern.
- + Interaktivität: Schaffen Sie Möglichkeiten, um mit Ihren Nutzern zu interagieren, z.B. durch Verlinkungen.
- + Personalisierung: Steigen Sie ein in die innovativste Form von Online-Video! Neueste Technologien wie der mashero TargAdComposer erlauben es Ihnen, Ihre Videos für die einzelnen Zielgruppen zu variieren und die Relevanz zu maximieren.



WIE KANN EIN FILM PERSONALISIERT WERDEN?

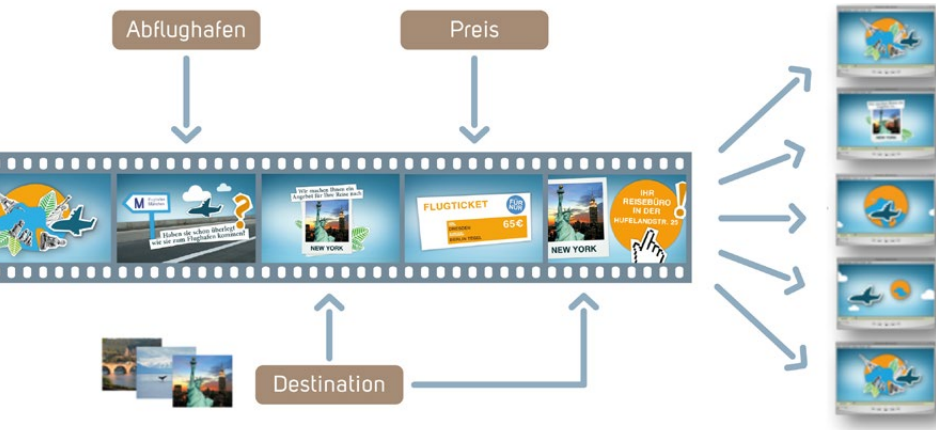
1 BASISFILM	Als Grundlage für das personalisierte Video dient ein Basisfilm.
2 PERSONALISIERUNG	Im Basisfilm werden Elemente bestimmt, die personalisiert werden, z.B. Produkte, Preise, Bilder, Texte etc. Diese Elemente werden im dynamic TargAdComposer mit Targeting-Services und Datenquellen verbunden.
3 AUSSPIELUNG	Diese personalisierten Elemente werden erst in dem Moment in den Film eingespielt, in dem der Kunde sich den Film anschaut. Dadurch ist es möglich, unterschiedliche Versionen des Films zu generieren, ohne jeden einzeln herstellen zu müssen - eine kosteneffiziente Lösung für Sie und individueller Video-Spaß für Ihre Zielgruppe.

WELCHE DATEN KÖNNEN VERWENDET WERDEN?

Sie können viele Arten von Daten nutzen, um die Videos für ihre Zielgruppen zu personalisieren. Die Daten können aus Ihrem **CRM** kommen oder es können Formulareinträge der Kunden sein, die noch während des Tippens ausgelesen werden. Sie können auch in **Cookies** gespeicherte Daten verwenden oder Daten von **Targeting-Dienstleistern**, zum Beispiel soziodemographische Merkmale und Interessen. Ihrer Kreativität sind keine Grenzen gesetzt.

BEGEISTERN SIE IHRE ZIELGRUPPEN MIT PASSGENAUEN VIDEO-ADS!

Mit personalisierten Videos und individuellen Botschaften, die auf die einzelnen Zielgruppen zugeschnitten sind, ist Ihnen die **Aufmerksamkeit Ihrer Zielgruppen sicher**. Denn durch die individuelle Ansprache schaffen Sie ein neues emotionales Markenerlebnis, mit dem sie sich klar vom Wettbewerb abgrenzen können. **Sie erhöhen die Response und bringen Ihr Online-Marketing zu neuem Erfolg.**



Einzelne Elemente im Film werden zielgruppenspezifisch personalisiert, im Beispiel des Reiseunternehmens Elumbus: der Abflughafen, der nächstgelegene Bahnhof, der Ticket-Preis und die Destination. Die verschiedenen Varianten werden durch den dynamic TargAdComposer in Echtzeit für die passenden Zielgruppen ausgespielt.

WELCHE WERBEFORMATE STEHEN IHNEN ZUR VERFÜGUNG?

In-Stream Video-Ads

...finden in dem gleichen Fenster wie der Video-Content statt.

+ Pre-, Mid- oder Post Rolls

...nehmen die volle Aufmerksamkeit des Nutzers ein. Sie sind mit regulären TV-Spots zu vergleichen. Pre-Rolls werden vor, Post-Rolls nach dem eigentlichen Video Content ausgespielt. Mid-Rolls werden ähnlich wie in TV-Werbepausen zwischen den Video Content gelegt. Dabei sind mehrere Mid-Roll-Slots möglich.

In-Page Video-Ads

...sind in einem typischen Werbebannerformat innerhalb einer Webseite geschaltet.

+ In-Banner-Videos

...erzielen enorme Reichweiten. Standard- und Sonderwerbeformen werden mit Streaming-Inhalten versehen. Im Gegensatz zu In-Stream Video-Ads starten sie ohne Sound, dieser wird erst durch Klick auf einen Button aktiviert.

+ In-Text-Videos

...werden durch einen verlinkten Begriff im Text platziert. Bei Mouseover öffnet sich ein Video-layer.

6 HARD FACTS: GUTE GRÜNDE FÜR ONLINE-VIDEOS

- + Die Werbewirkung von Online-Video-Werbung ist vergleichbar mit der von TV-Werbung.
- + Die Akzeptanz steigt – immer mehr Videos werden bis zum Ende gesehen (steigende Completion Rate).
- + Online-Videos wirken sich positiv auf das Markenimage aus (kreativ, modern, sympathisch).
- + Immer mehr Leute sehen sich Online-Videos an, Wachstum von über 50 Prozent.
- + Die Nutzungszeit steigt (+34 Prozent im Zeitraum Januar 2011 – März 2012).
- + Durch Tablet/Smartphone wird das Wachstum noch verstärkt, die Akzeptanz in dieser attraktiven Nutzergruppe ist besonders groß.

NUTZEN SIE DAS ENORME POTENTIAL PERSONALISierter ONLINE-VIDEOS!

Case Studies haben gezeigt: **300 Prozent höhere Klickrate bei personalisierten Online-Bannern** (im Vergleich zu nicht-personalisierten Bannern) und **10 Prozent höhere Conversion Rate bei Video-Mailings** (im Vergleich zu statischen Mailings).

MAXIMIEREN SIE IHRE MARKETING-PERFORMANCE DURCH DIE KOMBINATION VON BEWEGTBILD UND PERSONALISIERUNG MIT PERSONALISIERTEN VIDEOS.