

# CONTENT MARKETING

Planungsrelevante Elemente aus Media- und Kundensicht  
TMC Mediaworkshop #17

14.04.2016

Corinna Höll, Digital Marketing Strategist

# Digital ist eine **ERGÄNZUNG** des klass. Marketing = Digital Marketing

- Online- und Mobile Marketing als Ergänzung zum
  - ...Print Kanal → Online Display Advertising
  - ...TV Kanal → Werbung auf Senderportalen
  - ...Direct Marketing Kanal → E-Mail & Newsletter
  - ...PR Kanal → Social Media, Content Marketing, Native Advertising
- Verlängerung der Kontaktdauer der Marke mit dem Kunden
- Steigerung der Werbewirkung durch multisensorische Ansprache
- Erhöhung der Kontaktdichte und der Reichweite
- Eröffnung eines Dialogs und Steigerung der Verkaufszahlen

„Zur Kreation hat jeder eine Meinung,  
die aber in der Regel eigentlich nur ein Gefühl ist.  
Zur Mediaplanung haben viele ein Gefühl, können sich  
aber nicht so recht eine Meinung dazu machen.“

*Dominik Frings*

# Definitionen

- Content Marketing
- Public Relations
- Product Placement
  
- Native Advertising
- True Native Advertising
- Contextual Advertising
- Advertorial

# Die Säulen des Native Advertising

- **Einsatz von Native Advertising**
  - Produkteinführungen, um Vertrauen zu schaffen und den USP zu stärken
  - Steigerung des Markenwerts
  - Verbesserung des Images
  - Verstärkung des Kontakts mit der Marke
  - Useransprache auf eine tiefergehende Ebene
  - Native ist nicht erste Maßnahme, sondern Branding-Maßnahmen zuerst
- **Native Advertising greift erst im zweiten oder dritten Schritt einer Kampagne.**
  - Idealerweise wird Native Advertising durch Social Media flankiert
  - Display Advertising ist ein vertrautes Format und bietet ein Grundrauschen
  - AdSpecials als Überraschung und zur Erregung von Aufmerksamkeit
  - Native Advertising ist die Vertiefung des Themas durch eine andere Ebene

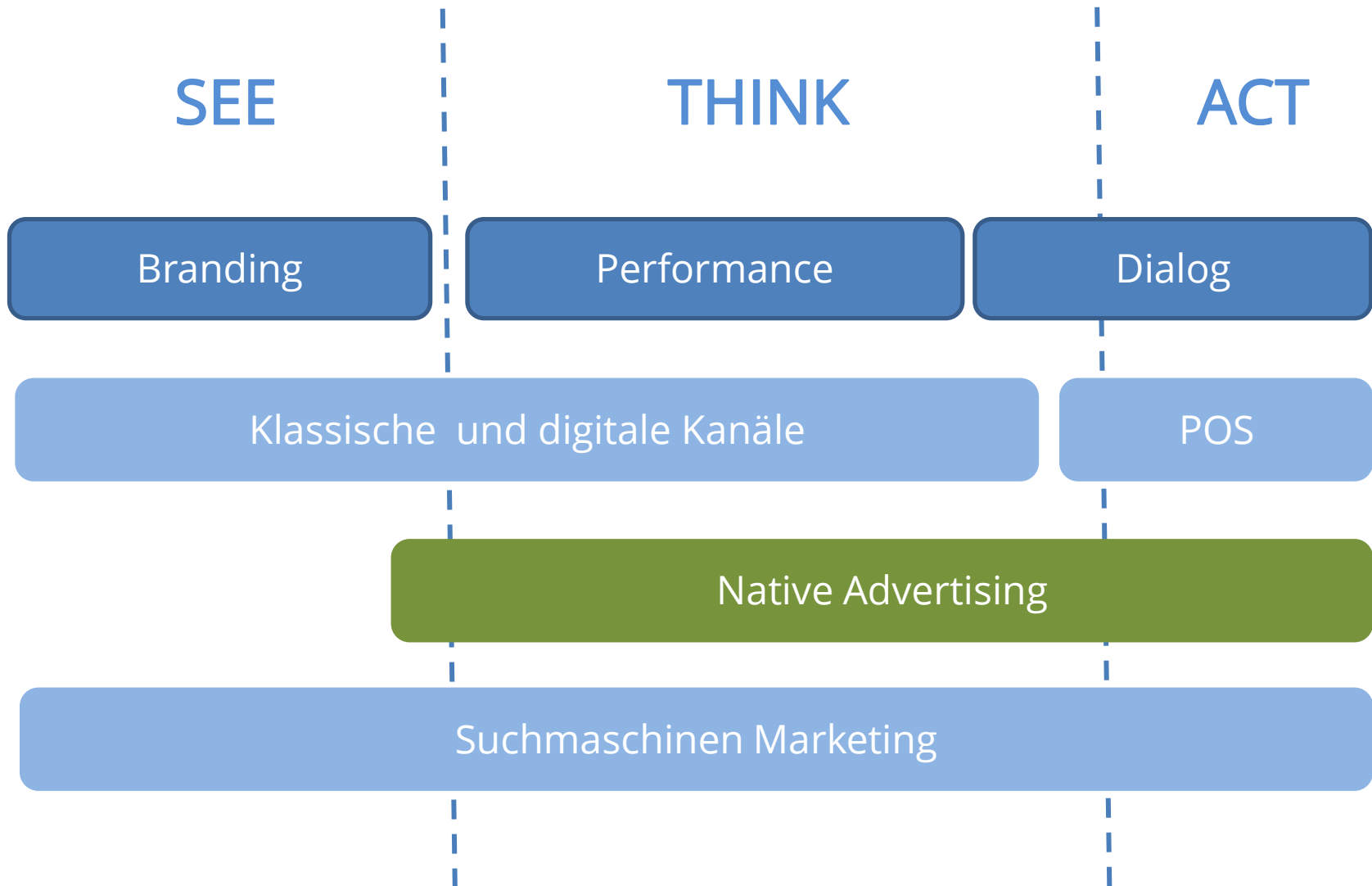
# Die Säulen des Native Advertising

- **Native Formate eignen sich insgesamt besonders für**
  - erklärungsbedürftige Produkte
  - Liefern mit Inhalten den Mehrwert
  - Reaktion der Zielgruppe auf die Inhalte erzeugt werden
- **Die eindeutige Kennzeichnung von Native Advertising**
  - um den User nicht fehlzuleiten und den positiven Markentransfer vom Inhalt zur Brand sicher zu stellen.

„Sich auf erprobte Werbeplätze zu beschränken ist halbwegs sicher, verschenkt jedoch enorme Potenziale, bei der Erhöhung von Bekanntheit, Aufmerksamkeit und Umsatz.“

*Görs Communications*

# Der Platz im Mediaplan





# Relevante Native Advertising Formate für die Mediaplanung

- Advertorials
- Text-Bild-Anzeigen
- True Native Advertising
  - Auslieferung über mehrere Medien als vollwertiger Content
- Facebook Ads
- E-Mail & Newsletter Marketing
- Videos
- Gewinnspiele
- Google AdWords
  - Video Ads
  - Text Ads

Merkmal	Schleichwerbung	Text-Bild-Anzeige	Advertorial	Native Advertising in Apps	Native Advertising Newsletter	True Native Advertising
Optisch nativ eingebettet	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Funktional eingebettet	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Mobil verfügbar	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Als Werbung gekennzeichnet	✗	✓	✓	✓	✓	✓
Blockierbar	✗	✓	✗	✓	✓	✓
Teilbar in sozialen Netzwerken	✓	✗	✓	✗	✗	✓
Content im CMS hinterlegt	✓	✗	✓	✗	✗	✗
Zielcontent öffnet im Medium	✓	✗	✓	✗	✗	✓
Von Suchmaschinen indexierbar	✓✗	✗	✓✗	✗	✗	✗
Distribution	Unique & manuell je Medium	Zentral skalierbar über mehrere Medien	Unique & manuell je Medium	Zentral skalierbar über mehrere Medien	Zentral skalierbar über mehrere Medien	Zentral skalierbar über mehrere Medien
Targeting Optionen	✗	✓	✗	✓	✓	✓
Ausrichtung	Influencing	Performance	Branding, Infotainment, Viralität	Performance	Performance	Branding, Infotainment, Viralität
Abrechnung	Festpreis	CPC	Fix/CPV	CPC	CPC/TKP	CPV/TKP

# Recommendation Formate für Advertiser

## Native Content Distribution

Holen Sie das Maximum aus Ihrem Content heraus.



Desktop  
+  
Mobile



Mit der Native Content Distribution von plista platzieren Sie Branded Content direkt zwischen redaktionellen Empfehlungen auf Tausenden von Premium-Webseiten. So erreichen Sie mit Blogartikeln, Social-Media-Beiträgen, Advertorials, Earned Media etc. noch mehr relevante Nutzer. Durch die hohe Relevanz der Empfehlungen setzen sich die Leser bewusst mit Ihren Inhalten auseinander.

## Recommendation Formate für Advertiser

# Native VideoAds

Videowerbung, die Ihre Zielgruppe sehen möchte.



Desktop  
+  
Mobile  
HTML5 ready



Native VideoAds platzieren Bewegtbildinhalte inmitten redaktioneller Empfehlungen in einem user-initiierten Expandable-Format. Der Konsum der Inhalte erfolgt dabei freiwillig: Erst beim Mouseover (Desktop) oder Antippen der Anzeige (Mobile) expandiert die Fläche und das Video wird abgespielt. Für eine höchstmögliche Einbindung der Nutzer kann das Videofeld um ein Interaktionsfeld (Action Box) erweitert werden. Damit kann der User zu einer Aktion angeregt werden, um weitere Performance-Ziele zu erreichen.

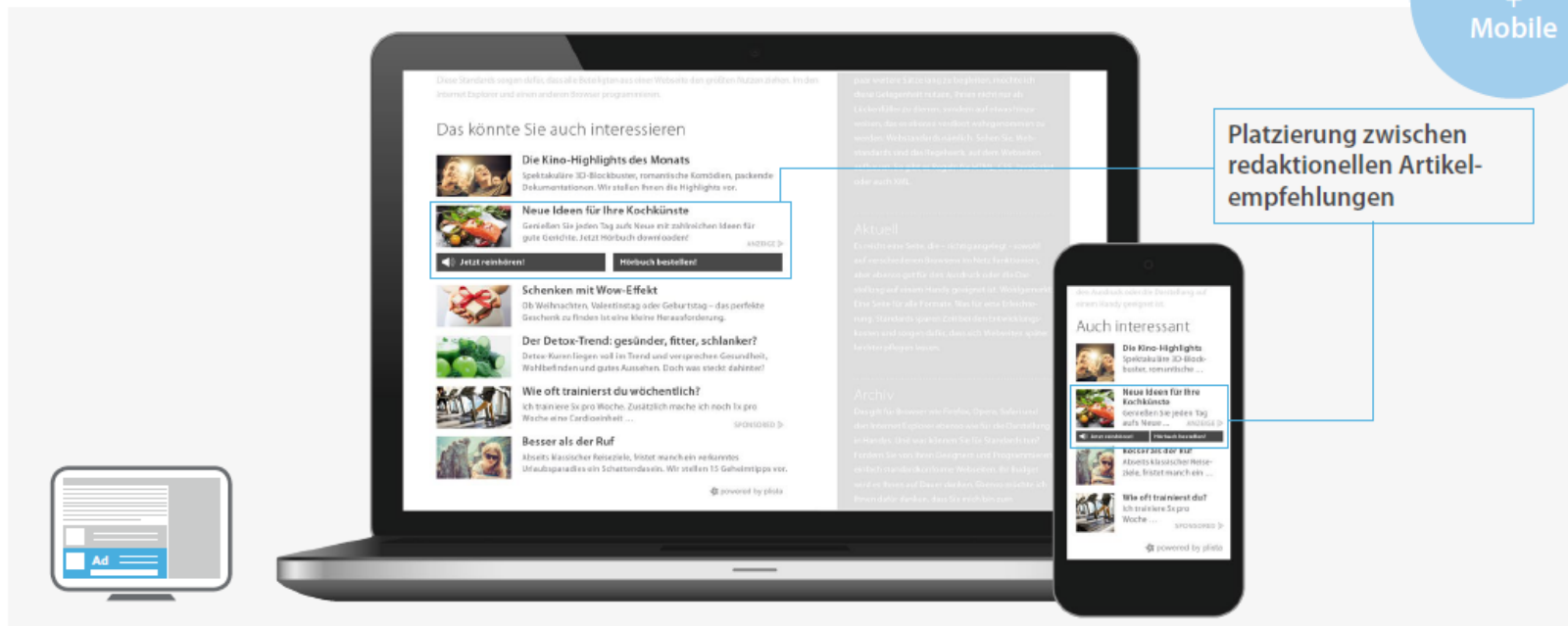
# Recommendation Formate für Advertiser

## Native AudioAds

Profitieren Sie von den Vorteilen sofort abspielbarer Audioempfehlungen.



Desktop  
+  
Mobile



Platzierung zwischen redaktionellen Artikel-empfehlungen

Native AudioAds bieten eine sofort abspielbare Hörprobe von Audioinhalten. Damit erreichen Sie relevante Nutzer mit einem emotionalen Audiospot und erzeugen Aufmerksamkeit und User Engagement. Gestaltet im Look & Feel des umgebenden Contents, werden Native AudioAds inmitten redaktioneller Empfehlungen platziert. Beim Anklicken (Desktop) oder Antippen (Mobile) können sich Interessierte sofort einen ersten Eindruck von den angebotenen Inhalten verschaffen. Als zusätzliche Klick-Option gibt es eine direkte Verlinkung zur Webseite des Werbekunden bzw. zu einem Online Store.



# Kalkulationsbeispiele

Werbeträger	Themenschwerpunkt	Platzierung	Werbeform	Kontakte	Fixpreis	Budget
Webseite	Brand / Marke	Sonderintegration Bericht Startseite + Redaktion	Fixplatzierung Startseite Content Ad	600.000	€ 14.000	€ 49.000
Webseite		Textbericht inkl. Bilder Grafiken Video	Advertorial	300.000	€ 4.000	
Facebook/Webseite		5x Facebook Fanseite	Advertorial Text + Bild	100.000	€ 2.000	
Webseite		5x Newsletter	Text, Bild, Link	300.000	€ 5.000	
youtube.com/Webseite		Umfeld	Video	5.000	€ 4.000	
Netzwerk		Channel	UAP	300.000	€ 20.000	
Tageszeitung		Brand / Marke	AdSpecial / redaktionelles Umfeld / Channel	Logo	400.000	
			Sitebar / Billboard	700.000	€ 8.000	
	Themenschwerpunkt		Advertorial	831.000	€ 28.556	
Facebook	Brand / Marke	Facebook Unternehmenseite / Zielgruppe	Text + Bild ev. Video	40.000	€ 500	€ 500

# Wirken Native Ads tatsächlich?

- Verdoppelung der Werbeerinnerung
  - Bei Personen mit Native Advertising Kontakt können sich doppelt so viele an die Kampagnen der Marke erinnern
- Steigerung der Markensympathie
  - User, die mindestens einen Kontakt mit der Native Advertising Integration hatten, offenbaren im Nachhinein eine höhere Sympathie für die Marke
- Besseres Image durch größere Informationstiefe
  - Im Vergleich zu reinen Displayflights werden die Spezifika von Marke oder Produkt beim Native Advertising in einer ganz anderen Ebene vermittelt – sichtbar in einem besseren Markenimage bei den Usern mit Native Advertising Kontakt

Quelle: <http://nativeadscamp.com/2016/01/11/native-advertising-erfordert-fingerspitzengefuehl/>

# Wirken Native Ads tatsächlich?

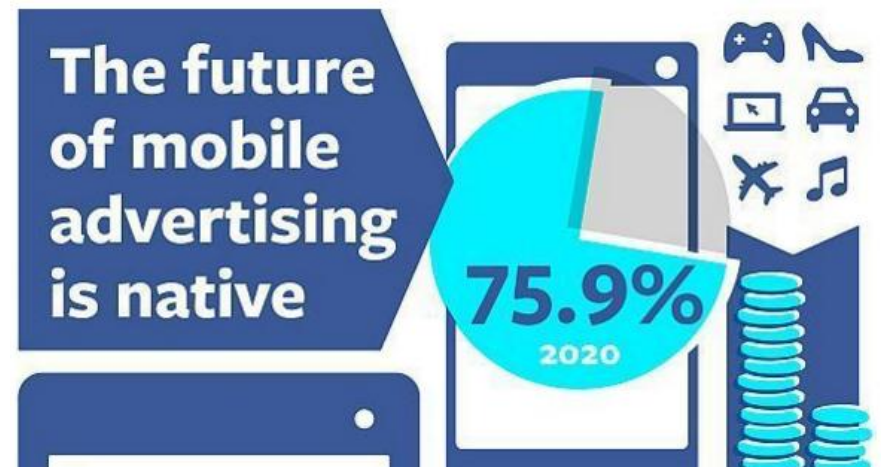
- Push für den Abverkauf
  - Die Kauf- und Nutzungsbereitschaft fällt in der Gruppe mit Native Advertising Kontakt deutlich höher aus als in den Vergleichsgruppen
- Native Advertising hat eine höhere Relevanz für die Leser
  - wobei die Form der Integration eine entscheidende Rolle spielt.  
Richtig gemacht, lohnt sich Advertising damit auf jeden Fall – und zwar für alle Beteiligten: Werbetreibende, Medium und Verbraucher!
- Mehrwert in Form von Information und Unterhaltung

Quelle: <http://nativeadscamp.com/2016/01/11/native-advertising-erfordert-fingerspitzengefuehl/>

# Native Advertising KPI's

## KPI's

- Organic Visitors by Landing Page
- Unique Visitors
- CTR
- Referral Traffic
- Time on site + Dwell Time
- Comments + Social Sharing
- Engagement





# Digital Kanal Anbieter

- About Media <http://www.aboutmedia.at/>
- Austria.com Plus [www.austria.com/plus](http://www.austria.com/plus)
- Alpenord <http://alpenord.at/>
- Content Garden <http://www.content-garden.com/>
- E-Target <http://www.etarget.at/>
- Kurier Digital <http://kurier.at>
- Ligatus <https://www.ligatus.at/>
- Linkilike <https://www.linkilike.com/>
- Plista <https://www.plista.com/>
- Rocketfuel <http://rocketfuel.com/de/>
- styria digital one <http://sdo.at/>
- Vibrant Media <http://www.vibrantmedia.com/de/>