

Google Displayanzeigen



Das Fenster zu kreativen Möglichkeiten

Displaywerbung, die günstig und effizient ist, hat sich seit ihrem ersten Erscheinen in 1994 weit entwickelt. Heutzutage bietet die Displayanzeige eine kreative Möglichkeit, den Nutzen zu steigern, Personen auf neue Weise zu erreichen und mit Bild, Ton und Bewegung zu experimentieren. Es ist möglicherweise das größte Schaufenster, das man nutzen kann, um Markenerfahrung im Internet voranzutreiben. Daher ist es an der Zeit, unkonventionell zu denken und die Displayanzeige als äußerst konzeptionelles Format mit großen Ambitionen zu sehen.

Sehen wir uns aber erst einmal an, wie Displaywerbung funktioniert

Google Displayanzeigen erscheinen beim Stöbern im Internet, beim Nutzen von YouTube, beim Checken von E-Mails oder bei der Verwendung von Apps. Mit intelligenter Ad-Technologie kann man bedeutungsvolle Verbindungen herstellen, die Nützlichkeit steigern, Interaktionen ermöglichen und vieles mehr. Außerdem erreichen Google Displayanzeigen 90 % aller Personen, die im Internet surfen.

Vier Hauptpfeiler der Displayanzeige:

Umfang: Google-Zielgruppen bieten die beste Möglichkeit, sich mit großen Gruppen zu verbinden. Durch die Verwendung unterschiedlicher Filter findet man die Personen, die man erreichen möchten, egal, welche Interessen diese haben oder wo sie sich befinden.

Geschwindigkeit: Werbemittel lassen sich in wenigen Stunden hochladen und ändern und ermöglichen aktuelle Botschaften und flexible Ideen.

Flexibilität: Unabhängig vom Gerät (Smartphone, Desktop, Tablet, Fernseher) oder Format (benutzerdefiniert, nativ, smart, Gmail, reagierend), dauert es nur so lange wie das Laden einer Seite, bis sich Ressourcen an ihren Standort anpassen.

Beweglichkeit: Es ist möglich, aus Millionen von Signalen und Datenpunkten zu schöpfen, um der idealen Zielgruppe die richtige Botschaft zu übermitteln. Und zwar zum richtigen Preis und zur richtigen Zeit.

Unvorstellbar, welche Wirkung all das in Zusammenhang mit einer guten Idee haben kann.

Die richtige Portion Kreativität

Auch wenn Aspekte wie Programmierung, Effizienz und Automatisierung wichtig sind, sind sie doch bedeutungslos, wenn ihnen keine Kreativität zugrunde liegt.

Mit dem Displaynetzwerk eröffnen sich unglaublich viele Möglichkeiten, allerdings nur, wenn man versteht, was jetzt möglich ist.

Hier sind einige Denkansätze für den Anfang:

Erleben, wie Daten für eine Marke genutzt werden können

Einblicke in Daten liefern ein wesentlich deutlicheres Bild der Zielgruppen. Je mehr man über Zielgruppen weiß, umso besser kann man das Konzept verfeinern, um Zielgruppen zu fesseln und begeistern. Zu wissen, wer sie sind, wo sie sind und was sie möchten, kann Botschaften deutlich relevanter machen. Anschließend entscheidet man sich für einen einzelnen Aspekt oder eine Kombination aus mehreren, um über die Displayanzeige eine einzigartige Verbindung herzustellen.

Die Displayanzeige als Fenster zu einem großen Moment

Man kann in der Displayanzeige an Relevanz gewinnen, indem man die Kundenerfahrung reibungsloser

Create with Google

gestaltet, die gesuchte Webseite näherbringt oder dabei hilft, eine Aufgabe zu erledigen. Gleichzeitig ist sie der perfekte Ort, um äußerst revolutionär zu sein. Ein Ort, an dem man so kreativ sein kann, wie man möchte, um zur genau richtigen Zeit einen wunderbaren Moment zu schaffen oder eine Erfahrung bieten zu können; insbesondere, da die Menschen heutzutage ständig unterwegs sind.

- **Das Leben wird leichter.** Videos, Webseiten, Tools und Hilfsmittel können nähergebracht werden.
- **Erfahrungen schaffen.** Live-Events oder Einblicke in eine andere Welt präsentieren.
- **Freude bereiten:** Etwas Unerwartetes oder Unvergessliches liefern.

Denken Sie an vorhandene Hilfsmittel, bevorstehende Events oder die Schaffung unvergesslicher Momente, die in der Displayanzeige verwendet werden können, um die Aufmerksamkeit einer Zielgruppe zu fesseln.

Eine letzte praktische Überlegung

Bei der Gestaltung für digitalen Erfolg geht es darum, die richtigen Teams zusammenzubringen, mit Tools, die das Beste aus der Gelegenheit machen. Daher sollte sichergestellt werden, dass Medien und Creatives zusammenarbeiten. Das Aufbrechen der Strukturen, nach denen Ad-Kampagnen oft erstellt werden, kann transformierend wirken.

Die Zusammenarbeit mit Google hilft außerdem, die richtigen Tools zu finden und eine Idee zum Leben zu erwecken. Google Web Designer (GWD) bietet alles, was man für die Erstellung interaktiver, animierter, maßgeschneiderter und reagierender Rich-Media-Creatives benötigt. Sobald sie online gestellt werden, liefern Brand Lift-Umfragen schnelles Feedback zu wichtigen Metriken, wie Bekanntheit, Erinnerung, Beachtung, Kaufabsicht, und vieles mehr.

Der Kreativität freien Lauf lassen

Einige Denkanstöße zum Durchstarten:

- Kann das kreative Konzept mit Displayanzeigen eine neue Online-Stimme erhalten?
- Gibt es eine Möglichkeit, die Geschichte mit Banner-Technologie in die Länge zu ziehen?
- Kann die Anzeige integrierte Betriebsmedien zeigen? Oder Zeit sparen, indem sie dem Nutzer die Webseite näherbringt?
- Kann die Kampagne sogar noch persönlicher gestaltet werden?
- Gibt es eine Möglichkeit, Werbeaussagen zu testen und spontan anzupassen?
- Kann die Form des Anzeigenformats zu einer zündenden Idee führen?
- Können Medien und Creatives enger zusammenarbeiten?
- Kann das kreative Konzept mit Displayanzeigen eine neue Online-Stimme erhalten?

Hilfreiche Fakten zur Unterstützung der kreativen Idee

Werbetreibende, die ihrer Displaykampagne ein Feed hinzufügen, verzeichneten im Durchschnitt einen Anstieg der Kapitalrendite um 20 %.

Quelle: Interne Daten von Google zum Zyklus eines Conversion-Fensters (gemäß den Einstellungen des Conversion-Trackings für Werbetreibende, z. B. 30 Tage). Global, November 2018

Werbetreibende, die in reagierenden Displayanzeigen (Responsive Display Ads, RDA) Videomaterialien verwenden, verzeichnen in einem vergleichbaren Zyklus eines Conversion-Fensters (conversion window cycle, CPA) 5 % mehr Konvertierungen.

Quelle: Interne Daten von Google, Global, März 2019