

Personalisiertes Creative: Director Mix



Die Macht der Personalisierung leicht gemacht

Director Mix ermöglicht es Marken, mühelos eine Art Einzelgespräch mit ihrem Publikum zu führen. Mit Director Mix können Videos individuell angepasst, Aufmerksamkeit geschaffen und ein tieferes Engagement erreicht werden. Ist die Zielgruppe hungrig? Warum ihr dann nicht eine appetitliche Anzeige servieren? Die Zielgruppe sucht Nachrichten? Warum also kein aktuelles Video anbieten? Mit den unvergleichlichen Anpassungsmöglichkeiten des Director Mix ist es möglich, mit der innovativen Filmbranche Schritt zu halten. Bessere Reichweite, bessere Anpassung und bessere Ergebnisse.

Sehen wir uns aber zuerst einmal an, wie Director Mix funktioniert

YouTube Director Mix ist unser Tool zur Erstellung individuell maßgeschneiderter Videos, mit Anzeigen, die an die Interessen und Absichten der Zielgruppe angepasst sind. Das bedeutet, ein Basisvideo kann mit relevanten, kreativen Elementen angepasst werden: mit Überschriften, Bildern, Preisen, Übersetzungen und vielem mehr. Das Video und die Elemente werden kombiniert und schnell und in

großem Maßstab erstellt, sodass keine endlosen Bearbeitungen mehr erforderlich sind. So lassen sich mühelos Tausende von Videovarianten erstellen.

Unterschiedliche Ebenen personalisieren:

Audio. Je nach Betrachter können verschiedene Soundtracks oder Voiceover eingesetzt werden.

Text. Überschriften oder Calls-to-Actions, aber auch Preise, Links oder lokale Sprachvarianten können ausgetauscht werden.

Bildmaterial. Das Bildmaterial im Video passt sich an, je nachdem, was der User ansehen wird.

Zielgruppen. Es ist möglich, auf die Tageszeit, den Standort oder die Interessen der User Bezug zu nehmen.

Einfach ist effektiv

Der Einstieg gelingt am besten mit einfachen Ressourcen und Variablen. So wird es nicht verwirrend, wenn die Botschaft angepasst werden soll, um unterschiedliche Zielgruppen anzusprechen. Erfolgreiche Kampagnen beginnen oft mit nur einer einfachen Videoressource, die dann durch eine Reihe von Überschriften angepasst wird. So erreicht man bei jeder individuellen Ansicht einen angepassten Ansatz.

Zielgruppen finden

Google nutzt Millionen von Datenpunkten und Signalen, um sicherzustellen, dass die richtige Botschaft zur richtigen Zeit die richtige Person erreicht. Die Verwendung des Produktnetzwerkes von Google stellt sicher, dass unterschiedliche Zielgruppen im Rahmen einer einzigen kreativen Kampagne unterschiedliche Dinge sehen, hören und verstehen können.

Aktuell sein

Durch die kurze Bearbeitungszeit neuer Videomaterialien können Anzeigen auf Nachrichten, Unterhaltung, kulturelle Trends oder große Sportveranstaltungen Bezug nehmen. Mit einer cleveren, kreativen Idee, die sich flexibel auf eine Reihe von Themen anwenden lässt, lässt sich die Vielseitigkeit des Director Mix zunutze machen.

Lokal handeln

Lokale Orte können eingesetzt werden, um den Betrachtern die jeweilige Umsetzung vertraut zu machen. So kann beispielsweise die Heimatstadt der Betrachter angezeigt werden oder die Sprache, Werbung oder der Call-to-Action geändert werden, um die Anzeige für den Aufenthaltsort des Betrachters relevant zu gestalten. Dabei ist zu beachten, dass eine zu große Detailgenauigkeit zu einem deutlichen Einbruch der Betrachterzahlen führen kann. Um das zu vermeiden, sollte man sich auf Städte statt auf kleinere Orte beziehen.

Datenquellen nutzen

Oft hat man die Personalisierung, die man benötigt, bereits schon zur Hand. Denken wir beispielsweise an bestehende Preise von anderen Webseiten, das Wetter, die Verfügbarkeit oder sonstige Informationen, über die man verfügt und die für das Publikum relevant sind. Je nachdem, was sich am besten eignet, um eine Verbindung zum Betrachter herzustellen. Vielleicht ist es schon ausreichend, Texte aus Online-Bewertungen aufzunehmen, um die Authentizität zu erhöhen.

Den Weg für neue Möglichkeiten bereiten

Dies ist erst der Anfang der Möglichkeiten, die Director Mix eröffnen kann. In jeder Kategorie gibt es unzählige, unterschiedliche Gelegenheiten, auf noch nie dagewesene Weise Grenzen zu sprengen. Diese neue, bahnbrechende Art des Geschichtenerzählens ist preisverdächtig und es ist den kreativen Köpfen überlassen, zu zeigen, wohin sie führen kann.

Für Einsteiger: Director Mix

YouTube macht es Werbetreibenden jeder Kategorie einfach, die ungeheure Kraft maßgeschneiderter Videos wirkungsvoll zu nutzen. Alles, was nötig ist, sind ein paar Primärressourcen und eine klare Perspektive der Zielgruppe und schon können mit minimalem Aufwand perfekt angepasste Anzeigenkampagnen entwickelt und umgesetzt werden.

Der Kreativität freien Lauf lassen

Hier sind einige Denkanstöße für den Anfang:

- Gibt es ein Konzept, das für eine Vielzahl an Botschaften verwendet werden könnte?
- Gibt es ein Konzept, das für eine Vielzahl an Zielgruppen verwendet werden könnte?
- Inwiefern wäre die Übermittlung einer sehr relevanten Botschaft bereichernd für die Idee?
- Welche kreativen Elemente müssen im Video ausgetauscht werden (und an welchem Punkt)?
- Welches sind die relevanten Zielgruppen?
- Welche sonstigen Zielgruppenstrategien könnten angewandt werden (Geodaten, Affinität, Schlüsselwörter)?

Hilfreiche Fakten zur Unterstützung der kreativen Idee

Aussagekräftige Videoanzeigen erhalten dreimal so viel Aufmerksamkeit wie durchschnittliche Videoanzeigen.

Quelle: Google/Ipsos, Video Mobile Diary, U.S., 2017

Kampagnen, die absichtsbasiertes Targeting auf Mobilgeräten verwenden, erleben einen 50%-igen Anstieg der Markenbekanntheit, 30 % mehr Beachtung und eine um 40 % höhere Kaufabsicht im Vergleich zu Kampagnen, die nur demografisches Targeting einsetzen.

Quelle: Google Brand Lift, Global, Smartphone (Analyse beschränkt auf Smartphones, um die Wirkung des Targetings zu isolieren), Juli 2017 bis Juni 2018