

MEDIENMITTEILUNG

Zürich, 10. Oktober 2018

KPI-Checkliste für Werbeauftraggeber sowie ein Factsheet zu Mobile Advertising

IAB Switzerland veröffentlicht neue Leitfäden

Die IAB Switzerland veröffentlicht heute zwei neue Leitfäden, die durch das Engagement der Arbeitsgruppen «Kunden» sowie «Mobile» entstanden sind. Das IAB Ressort «Kunden» liefert eine praktische Checkliste sinnvoller KPIs der Kampagnenplanung und -auswertung. Die IAB «Fokusgruppe Mobile» bietet mit einem neuen Factsheet eine Übersicht über gängige Standards und Dateiformate.

Einer der grossen Vorteile von Onlinewerbung ist die Messbarkeit. Mittlerweile gibt es eine Vielzahl von Metriken, die die verschiedenen Adserver- oder Webanalyse-Tools ausweisen. Angefangen von Klassikern wie der Klickrate, die heute eigentlich nur noch wenig aussagekräftig, aber nicht totzubekommen ist, über sinnlose Metriken wie Mouseover-Bewegungen über Banner bis hin zu neuen, aktuellen Metriken wie der Visibilität.

Die KPI-Checkliste für Werbeauftraggeber bietet einen Überblick über eine mit Absicht begrenzte Anzahl an sinnvollen Metriken (KPIs), getrennt nach verschiedenen Kampagnenzielen. Denn so wie Ziele von Brandingkampagnen andere sind als bei Engagement- oder Performancekampagnen, so sollten entsprechend auch andere KPIs zur Erfolgsbewertung herangezogen werden. Unsere Empfehlung ist daher: Beschränken Sie sich lieber auf einige wenige sinnvolle KPIs, denn die Optimierung auf alle KPIs ist ohnehin nicht möglich (Zielkonflikte). Darüber hinaus soll der Leitfaden auch einen Überblick über die benötigten Tools bieten, die die entsprechenden KPIs zur Verfügung stellen.

Factsheet Mobile Advertising

Die Nutzung von Smartphones und Tablets ist über die letzten zehn Jahre derart stark angewachsen, dass sich Mobile sowohl Nutzerseitig, wie auch bezüglich Ad Spendings, zum global wichtigsten Medium entwickelt hat. Entsprechend intensiv wird an neuen Ad Units gearbeitet, was es nicht immer einfach macht, den Überblick über die verfügbaren Werbeformen zu behalten. Dieses Factsheet liefert eine Übersicht über die vier Standard Placements, gibt einen Einblick in die Etablierung der Standards, klärt über die Dateiformate auf sowie veranschaulicht die Möglichkeit sehr individualisierter Custom Ads.

Die KPI-Checkliste sowie das Factsheet Mobile Advertising sind auf der Webseite <https://www.iab-switzerland.ch/standardsundleitfaeden> erhältlich. Für Mitglieder der IAB Switzerland sind die Unterlagen wie immer kostenfrei. Nicht-Mitglieder zahlen einen Unkostenbeitrag von 95 CHF für die KPI-Checkliste und 35 CHF für das Factsheet (exkl. MWST).

ENDE

Medienkontakt:

Leitung Kommunikation, Marketing & Events

jennifer.wagner@iab-switzerland.ch

Tel: +41 78 972 84 82

Information IAB Switzerland

Die IAB Switzerland Association hat sich als Vertreterin der digitalen Werbebranche in der Schweiz zum Ziel gesetzt, aktiv Gattungsmarketing für den Digitalwerbemarkt zu betreiben, Know-how zu vermitteln, die Planbarkeit der Digitalwerbung zu vereinfachen wie auch rechtliche Grundlagen und Standards zu schaffen. Zu diesem Zweck wurden Fachkreise, Ressorts und Fokusgruppen gebildet, welche in den unterschiedlichen Bereichen des Digital Marketing aktiv tätig sind und sich für die Weiterentwicklung der digitalen Werbebranche einsetzen. Die IAB ist mit der IAB Europe Teil eines internationalen Netzwerks.

Fachkreise: Agenturen, Kunden, Vermarkter/Publisher

Ressorts: Ausbildung, International, Marketing, Marktforschung, Recht, Standards

Fokusgruppen: Bewegtbild, Content Marketing, Diversity, Mobile, Performance, Programmatic, Search