

WUSSTEN SIE SCHON?

YouTube

YouTube ist eine der reichweitenstärksten Werbeplattformen und die zweitgrößte Suchmaschine der Welt

YouTube hat sich in den vergangenen Jahren zu einer der beliebtesten Werbeplattformen in Deutschland entwickelt. **98 % der Internetnutzer schauen sich vor Kauf eines Produktes oder einer Dienstleistung, Erklärvideos oder Videos mit Rezensionen an.** Fast drei Viertel der Zuschauer entscheiden sich später für einen Kauf des Produkts oder der Dienstleistung. Mit über 2 Milliarden angesehenen Videos und über 13 Millionen Suchanfragen pro Tag allein in Deutschland, ist YouTube zu der zweitgrößten Suchmaschine der Welt geworden.

Seit einigen Jahren ist es möglich Werbung auf YouTube zu schalten. Vor allem für Banken hat sich YouTube zu einer interessanten Werbeplattform entwickelt. Banken bietet sich die Möglichkeit die Bekanntheit und die Reichweite der jeweiligen Webseite zu erhöhen. Außerdem können mit YouTube-Werbung die Abonnenten des YouTube-Kanals, der Traffic auf einer externen Landing Pages und die Klickrate erhöht werden.

Vorteile von YouTube-Werbung

- » Steigerung der Bekanntheit
- » Hohe Reichweite
- » Erhöhte Aufmerksamkeit der User
- » Genau Zielgruppenansprache ist möglich
- » Vielzahl an Targeting-Optionen
- » Veränderung / Verbesserung des Images

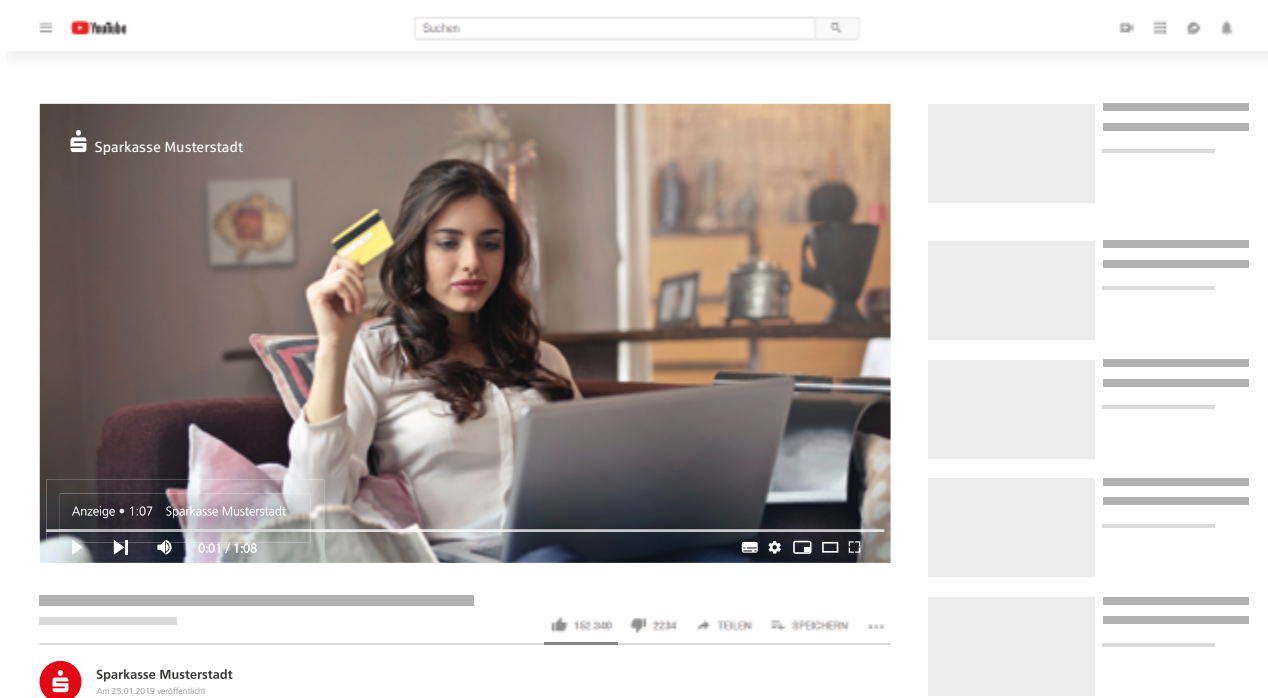
Im Google Displaynetzwerk und bei YouTube haben Sie also die Möglichkeit Ihre Zielgruppe auf viele verschiedene Weisen anzusprechen und Sie von Ihren Produkten und Dienstleistungen zu überzeugen. Die market port GmbH verfügt über langjährige Erfahrung im Bereich Google Displaynetzwerk und YouTube. Wir entwickeln gemeinsam mit Ihnen eine einzigartige und auf Sie abgestimmte Marketing-Strategie.

Mit einem hohen Know-how in der Branche sorgen wir für eine größere Markenbekanntheit und eine bessere Fokussierung auf Ihre Zielgruppe.

Diesen Mehrwert können wir Ihnen bieten

Mit uns als Partner profitieren Sie von einer vollen Einsicht in Ihre Kampagnen. Gerne legen wir die Kampagnen in Ihrem eigenen Google Ads-Konto an, so erhalten Sie eine volle Einsicht über alle Aktionen, die wir in Ihrer Kampagne durchführen. Falls Sie noch kein eigenes Google Ads-Konto besitzen ist das kein Problem, wir erstellen gerne ein Konto für Sie und erteilen Ihnen danach vollen Zugriff darauf. Wir sorgen für mehr Transparenz im Online-Marketing.

Vertrauen Sie auf uns als einen kompetenten Partner und lassen Sie sich von unseren individuell gestalteten Bannern und Werbeanzeigen überzeugen.



Unsere Keyfacts

Eine Google Displaynetzwerk-Kampagne kann natürlich nur erfolgreich werden, wenn einige wichtige Keyfacts bedacht und umgesetzt werden.

Hier finden Sie eine Auflistung der relevantesten Keyfacts auf die Sie nicht verzichten sollten:

- » Ansprechende, zielorientierte Webseite/ externe Landingpage
- » Individuelle Werbeanzeigen/Textanzeigen und Videos, welche Sie im 3-6 monatlichen Rhythmus wechseln/austauschen sollten (die Banner erstellen wir sehr gern für Sie)
- » Knallharte, zielgruppenorientierte Ausrichtung
- » Ausreichendes Budget
- » Keine Kampagne ohne genaues Tracking (Conversion-Tracking)
- » Genaue Analyse Ihrer Webseite vor Erstellung der Kampagne
- » Für jede Kampagne erstellen wir Ihnen ein Dashboard mit allen Keyfacts in „Echtzeit“
- » Regelmäßige Optimierung und Weiterentwicklung Ihrer Kampagne
- » Regelmäßige Auswertung Ihrer Kampagne, die wir gemeinsam mit Ihnen besprechen
- » Gerne können wir einen vor Ort Termin vereinbaren und persönlich über Ihre Wünsche sprechen
- » Absolute Flexibilität, wir reagieren sofort auf jeden Ihrer Änderungswünsche
- » Wir sind Google Partner, Sie können sich also auf professionelle, Google-Zertifizierte Ansprechpartner freuen

Bei Interesse an Werbeanzeigen im Google Displaynetzwerk können Sie noch heute unsere Ansprechpartner unter folgenden E-Mail-Adressen kontaktieren:

Alina Berghaus
berghaus@marketport.de

Kim Kuhlmann
kuhlmann@marketport.de

Accredited Professional | Bing ads

Google Partner

Ab jetzt gibt es den Bank&Finance Report. Jeden Monat spannende Marketing-Inspirationen, zugeschnitten auf ihre Bank – online und offline.

Zusätzlich können Sie alle bisherigen und zukünftigen Ausgaben kostenlos herunterladen: www.bankandfinance.de



**MARKET
PORTDIGITAL**

Powered by
market port GmbH
Splieterstraße 27
48231 Warendorf

Tel. 02581 94 93 36 0
Fax 02581 94 93 36 6
www.marketport.de
info@marketport.de

BANK & FINANCE GOES ONLINE

UND NUN? NICHT VERZWEIFELN!

AB JETZT GIBT ES DEN BANK&FINANCE REPORT. JEDEN MONAT SPANNENDE MARKETING-INSPIRATIONEN, ZUGESCHNITTEN AUF IHRE BANK – ONLINE UND OFFLINE.

www.bankandfinance.de

**MARKET
PORTDIGITAL**

GOOGLE DISPLAYNETZWERK UND YOUTUBE

Das Google Displaynetzwerk (GDN)

Erreichen Sie Ihre Zielgruppe zur richtigen Zeit am richtigen Ort

Wussten Sie, dass Sie mit Werbeanzeigen im Google Displaynetzwerk **mehr als 90 % aller Internetnutzer erreichen** können? Das Google Displaynetzwerk besteht aus über zwei Millionen Webseiten und 650.000 Apps, auf denen Werbetreibende und Sie als Bank Ihre Werbeanzeigen schalten können. Sie können diese Anzeigen auf Webseiten, Nachrichtenseiten, Blogs und Google-Partnerseiten wie YouTube und Gmail schalten.

Mit den Werbeanzeigen erreichen Sie nicht nur Ihre Bestandskunden, sie eignen sich auch für die Neukundengewinnung und um Nutzer anzusprechen, die Ihre Webseite zwar besucht haben, diese jedoch ohne eine Conversion wieder verlassen haben. Erreichen Sie Ihre Kunden genau dann, wenn diese sich auf Webseiten mit verwandten Themen herumtreiben oder wenn diese sich ein Video auf YouTube anschauen.

WUSSTEN SIE SCHON?

Das GDN umfasst über zwei Mio. Webseiten und 650.000 Apps.

Schalten Sie Anzeigen auf:

- » Webseiten & Blogs
- » Nachrichtenseiten
- » Google-Partnerseiten (YouTube, Gmail)

Ein Beispiel für Ihre Bank

Bevor mit der Umsetzung der GDN-Kampagne begonnen werden kann, sollten Sie sich Gedanken darüber machen, was Sie mit der Kampagne erreichen möchten. Setzen Sie sich ein klar formuliertes Zielvorhaben. Ein Ziel Ihrer Bank könnte beispielsweise sein, Ihre potenziellen Kunden dazu zu bringen einen Kredit bei Ihnen aufzunehmen oder ein Kontaktformular auszufüllen.

Im nächsten Schritt kann mit der Umsetzung begonnen werden. Für die Umsetzung erstellen wir ansprechende Werbeanzeigen, die Ihre potenziellen Kunden dazu bewegen sollen Ihr Zielvorhaben abzuschließen. Nachdem Sie die Werbeanzeigen abgenommen haben, werden wir die GDN-Kampagne für Sie erstellen und zielgruppengerecht ausrichten. Ihr Kunde treibt sich wahrscheinlich täglich auf vielen verschiedenen Webseiten rum und informiert sich auf unterschiedlichen Seiten zum Thema „Kredit“.

Jetzt kommen Sie ins Spiel:

Genau auf diesen Webseiten können Sie den potenziellen Kunden erreichen und ihm Ihre Werbeanzeigen zum Thema „Kredit“ zeigen. Der Kunde wird wahrscheinlich auf den Banner aufmerksam und klickt diesen an. Er wird dann weiter auf Ihre Webseite oder externe Landingpage geleitet und kann sich dort weitere Informationen einholen. Im Idealfall schließt der potenzielle Kunde einen Kredit bei Ihrer Bank ab oder hinterlässt zumindest seine Kontaktdaten. Das Downloaden einer PDF-Datei kann ebenfalls ein Zielvorhaben Ihrer Bank darstellen.

Die Erstellung einer professionellen Google Displaynetzwerk-Kampagne übernimmt die market port GmbH gerne für Sie.

Anzeigenformate im Google Displaynetzwerk

Im Google Displaynetzwerk haben Sie die Möglichkeit zwischen vielen verschiedenen Anzeigenformaten und Bannergrößen zu wählen. Für jedes Marketingziel Ihrer Bank können individuelle und einzigartige Werbeanzeigen erstellt werden. Als gängigstes Anzeigenformat im Google Displaynetzwerk gelten momentan die Image-Anzeigen.

Image-Anzeigen: Bei dieser Art von Anzeigen werden Bilder verwendet, aus denen mit passenden Hintergrundfarben, ein ansprechendes Layout gestaltet werden kann. Ziel ist es, möglichst viele der Nutzer im Netz anzusprechen.

Videoanzeigen: Außerdem können Videos in Ihre Anzeigen eingefügt werden. Dieses wird dann sobald die Anzeige geschaltet wird, abgespielt. Da auch YouTube mit zum Displaynetzwerk gehört, können Ihre Anzeigen auch neben anderen YouTube-Videos platziert werden.

Textanzeigen: Textanzeigen ähneln den Anzeigen in der Google-Suche. Sie bestehen ebenfalls aus einem Anzeigentitel, einem Anzeigentext und einer dazugehörigen URL. Der Unterschied liegt darin, dass die Textanzeigen im Google Displaynetzwerk und nicht im Google Suchnetzwerk angezeigt werden.

Kennen Sie den Unterschied zwischen dem Google Suchnetzwerk und dem Google Displaynetzwerk?

Hier eine kurze Erklärung: Textanzeigen, die im Google Suchnetzwerk geschaltet werden, erscheinen in den Suchergebnissen von Google. Die Anzeigen können über und unter den organischen Suchergebnissen bei Google angezeigt werden. Textanzeigen im Google Displaynetzwerk werden auf einigen der über zwei Millionen Webseiten dargestellt.

Mögliche Targetingoptionen

Sie können im Google Displaynetzwerk nicht nur zwischen verschiedenen Anzeigenformaten wählen, sondern Sie können auch festlegen, wo die Anzeigen geschaltet werden sollen. Die Zielgruppe einer Bank kann sich überall im Internet aufhalten. Zum einen kann es sein, dass sich Ihre Zielgruppe auf Webseiten mit bankenspezifischen Themen aufhält und sich dort über bestimmte Produkte informiert. Zum anderen kann es vorkommen, dass sich Ihre Zielgruppe beispielsweise auf der Seite eines Möbelgeschäfts aufhält und nach einer neuen Inneneinrichtung sucht. Die Wahrscheinlichkeit, dass diese Zielgruppe sich gleichzeitig für einen Privatkredit interessiert, um die Einrichtung finanzieren zu können, steigt somit.

Hier finden Sie mögliche Targetingoptionen, die wir bei der Kampagnengestaltung berücksichtigen können:

Kontext-Targeting: Beim Kontext-Targeting werden die Werbekampagnen nach thematisch passenden Keywords ausgeliefert. Die ausgewählten Keywords dienen als Bezugspunkte, die von Google genutzt werden, um die Anzeigen auf inhaltlich passenden Webseiten zu schalten.

Im Bankensektor können das beispielsweise Keywords wie Kredit, Baufinanzierung oder Geldanlage sein. Weitere Keywords, die für den Bankensektor von hohem Interesse sein können, sind beispielsweise hochwertige Möbel, Automarken und Autohäuser. Personen, die sich auf Seiten eines exklusiven Möbelhauses aufhalten, benötigen eventuell einen Kredit zur Finanzierung dieser Möbel.

Themenbezogenes-Targeting: Gibt es Themengebiete, die zu Ihren Produkten und Dienstleistungen passen? Wir legen gemeinsam mit Ihnen fest, welche Themen für Ihre Zielgruppe interessant sind. Die Werbeanzeigen können auf Seiten, die diese bestimmten Themenbereiche beinhalten, geschaltet werden.

Bei einer Display-Kampagne, die das Thema „Altersvorsorge“ bewirbt, können die Banner zum Beispiel auf Webseiten geschaltet werden, die die User rund um das Thema Altersvorsorge, Patientenverfügung, Testament etc. aufklären.

Zielgruppen-Targeting: Sprechen Sie Nutzer an, die Interesse an Ihren Produkten haben und eine gewisse Kaufbereitschaft mit sich bringen. Die Anzeigen werden dann auf den Webseiten ausgespielt, auf denen sich Ihre Zielgruppe vermehrt aufhält.

Sie selbst kennen Ihre Zielgruppe am besten. Die Zielgruppe Ihrer Bank hat mit hoher Wahrscheinlichkeit Interesse an einem Kredit, an einer Baufinanzierung oder an einer anderen Dienstleistung, die Sie als Bank Ihren Kunden anbieten. Präsentieren Sie Ihren Kunden diese Dienstleistungen auf den Seiten, auf denen sich Ihre Kunden aufhalten.

Placement-Targeting: Die präziseste Steuerungsfunktion stellt das Placement-Targeting dar. Sie können hier genau auswählen auf welchen Webseiten Ihre Anzeigen geschaltet werden sollen. Sie können direkt den Link der jeweiligen Webseite einfügen und so sicher sein, dass Ihre Anzeigen auch an den richtigen Stellen geschaltet werden.

Remarketing: Das Remarketing erlaubt es Ihnen, Nutzer, die Ihre Seite schon einmal besucht haben, noch einmal anzusprechen. Um auch die richtigen Nutzer zu erreichen, können Regeln festgelegt werden, die entscheiden, welcher User wertvoll für Sie ist und noch einmal gezielt angesprochen werden soll. Sogenannte Remarketinglisten sammeln die Nutzer und stellen persönlich und individuell gestaltete Werbeanzeigen bereit.

Vor allem im Bankgeschäft, werden vor einer endgültigen Entscheidung viele Informations- und Planungsprozesse durchlaufen. Keiner Ihrer Kunden oder potenziellen Kunden wird sich heute das erste Mal Gedanken über eine Baufinanzierung machen und diese direkt morgen bei Ihnen abschließen.

Der Prozess bis zum Abschluss der Baufinanzierung ist lang und Ihr potenzieller Kunde wird sich wahrscheinlich gründlich mit dem Thema auseinandersetzen und Ihre Webseite mehr als nur einmal besuchen. Mit einem erfolgreichen Remarketing können Sie genau diese potenziellen Kunden immer wieder an Ihr Angebot erinnern und diese auch dann erreichen, wenn Sie sich auf einer anderen Webseite zum Thema Baufinanzierung informieren. Mit Remarketing bleiben Sie bei Ihren Kunden im Gedächtnis.

Eine Remarketing-Kampagne lohnt sich jedoch nicht immer. Sie setzt eine gewisse Reichweite der Webseite voraus. Ab einer bestimmten Anzahl von Webseitenbesuchern pro Tag/Monat können wir die Erstellung einer Remarketing-Kampagne empfehlen. Außerdem empfehlen wir unseren Bankkunden häufig eine externe Landingpage für das Remarketing. Auf bankeigenen Webseiten ist es oftmals nicht möglich eine Remarketing-Kampagne (Pixel) zu schalten.

Sie sind sich nicht sicher, ob sich eine Remarketing-Kampagne für Ihre Bank lohnt? Kontaktieren Sie noch heute einen unserer Ansprechpartner. Anhand einer kleinen Analyse, werden wir Ihnen eine Empfehlung aussprechen.

Verlassen Sie sich hier voll und ganz auf die market port GmbH, wir werden Ihre Displaynetzwerk-Kampagne perfekt auf Ihre Zielgruppe ausrichten.

