



DATA DRIVEN BEWEGTBILD-KOMMUNIKATION

FICTION FILMS GMBH

Johannes Nörr

jn@fiction-films.de

+49 89 579491-70

www.fiction-films.de



**VIDEOANZEIGEN OHNE DATEN, IST WIE AUTO
FAHREN MIT GESCHLOSSENEN AUGEN.**

* Quelle: Cisco, Cisco Visual Networking Index: Forecast and Methodology, 2016-2021, Juni 2017.



82%

DES GESAMTEN DATENVERKEHRS IM INTERNET WERDEN IM JAHR 2021 AUS VIDEOS BESTEHEN.*

* Quelle: Cisco, Cisco Visual Networking Index: Forecast and Methodology, 2016-2021, Juni 2017.



96%

SICHTBARKEIT VON VIDEOANZEIGEN AUF YOUTUBE IN DEUTSCHLAND*

*Google, Daten der Werbeplattformen, weltweit, September 2018.



55%

DER NUTZER SETZEN YOUTUBE FÜR EINE TIEFERGEHENDE RECHERCHE ZU PRODUKTINFORMATIONEN EIN*

*Google/Magid Advisors, The Role of Digital Video in People's Lives, global (US, CA, BR, UK, DE, FR, JP, IN, KR, AU), August 2018, n = 20.000 allgemeine Internetnutzer, Alter 18-64.

WAS IST DATA DRIVEN COMMUNICATION?



- Fokus auf individuelle Bedürfnisse, Interessen und Gewohnheiten
- Zusammenspiel von Kreation und Media
- Personalisierte Automatisierung von Videoanzeigen

DEMOGRAPHISCHE MERKMALE

ALTER, GESCHLECHT, BERUF, FAMILIENSTAND

WAREN GESTERN !



SIGNALE

INTERESSEN, GEWOHNHEITEN, ABSICHTEN

SIND DIE NEUE WÄHRUNG



SIGNALE



NUTZER DIE GARTENARBEIT LIEBEN...

- - suchen nach dem nächsten Baumarkt
- - schauen Erklärvideos zum Bau eines Hochbeets an
- - verwenden eine App zur Gartenplanung
- - tun all das in der selben Wochen



KREATION



MIT SIGNALLEN ERMITTELN WIR DIE NUTZERABSICHT, UM RELEVANTE BOTSCHAFTEN FÜR DIE JEWEILIGE ZIELGRUPPE ZU ENTWICKELN.

MEDIA



Monatliches Zielgruppenpotenzial*



15,9 Mio.
YouTube-Nutzer

Gemeinsame Interessen
Familienurlaub



15,1 Mio.
YouTube-Nutzer

Gemeinsame Interessen
Fernseh-Wenigsther



14,9 Mio.
YouTube-Nutzer

Gemeinsame Interessen
Schönheitsexperimente



8,2 Mio.
YouTube-Nutzer

Demografische Merkmale
Frauen, 35-44



2,2 Mio.
YouTube-Nutzer

Kaufbereitschaft
SUV



524 k
YouTube-Nutzer

Lebensereignis
Hochzeit

Targeting



Demografische Merkmale
Wie kann ich Menschen basierend auf **demografischen Merkmalen** erreichen?



Interessen und Gewohnheiten
Wie kann ich Menschen basierend auf **Interessen, Verhalten und Gewohnheiten** erreichen?



Absichten und Interaktionen
Wie kann ich Menschen erreichen, die gerade Kaufentscheidungen treffen, die für meine Marke relevant sind?

*Quelle: Google Reichweiten-Planer. Reichweite bezieht sich auf Deutschland, Zeitraum: 01.09.2019 bis 28.09.2019.

HOHE RELEVANZ FÜR NUTZER



IM SMARTEN WECHSELSPIEL AUS MEDIAPLANUNG UND CONTENTKREATION
ERREICHEN WIR DIE **PASSENDEN NUTZER MIT RELEVANTEN BOTSCHAFTEN AM
RICHTIGEN ORT ZUR RICHTIGEN ZEIT.**



PERSONALISIERTE AUTOMATISIERUNG

Media
Zielgruppen
Targeting



Kreation
Modulare und sequenzielle Assets
TEXT + MOTIV



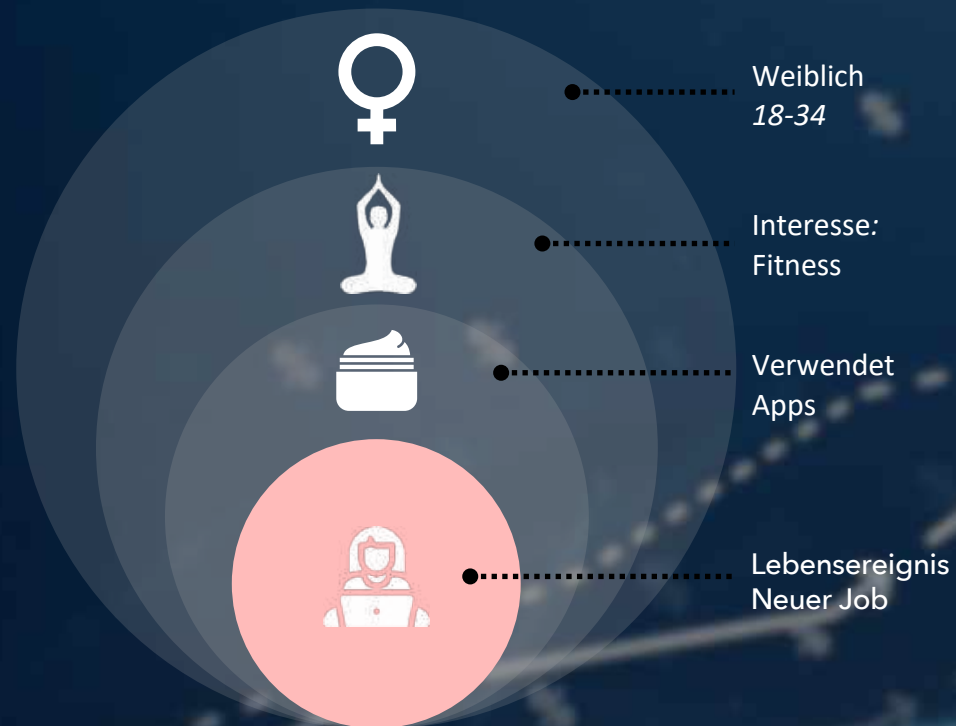
automatisiertes-
Anzeigen-Management

PERSONALISIERTE VIDEOANZEIGEN



REZIPIENTEN

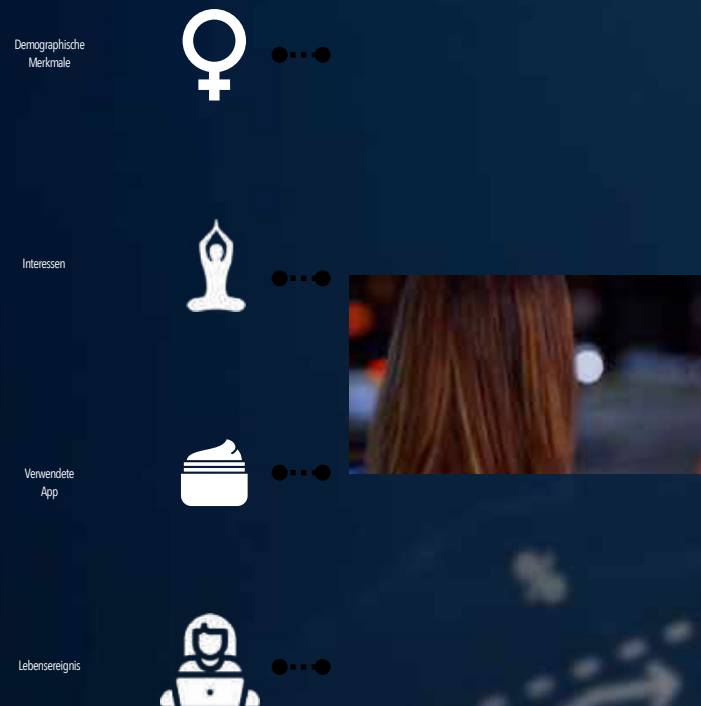
PERSONALISIERUNG



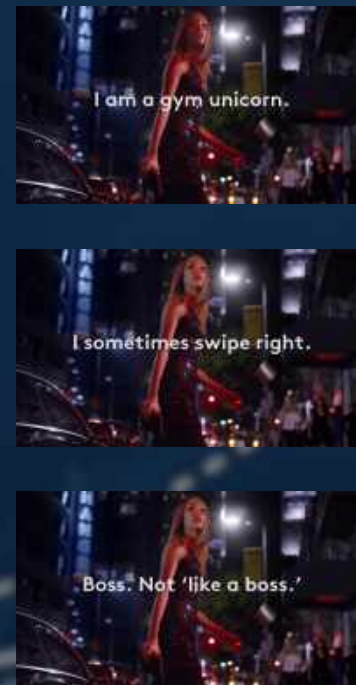


DATA DRIVEN SIGNALE IN DER PRAXIS

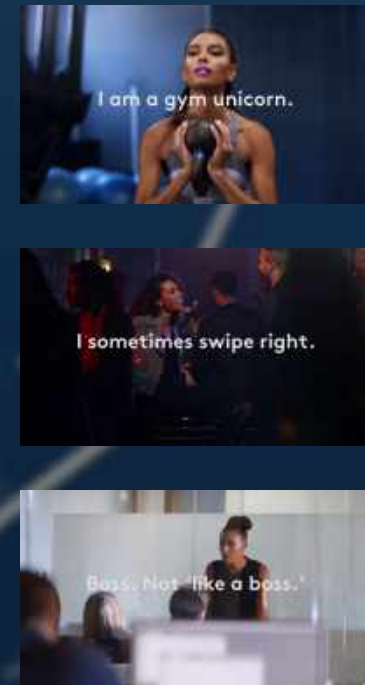
Masterspot



Textanpassung



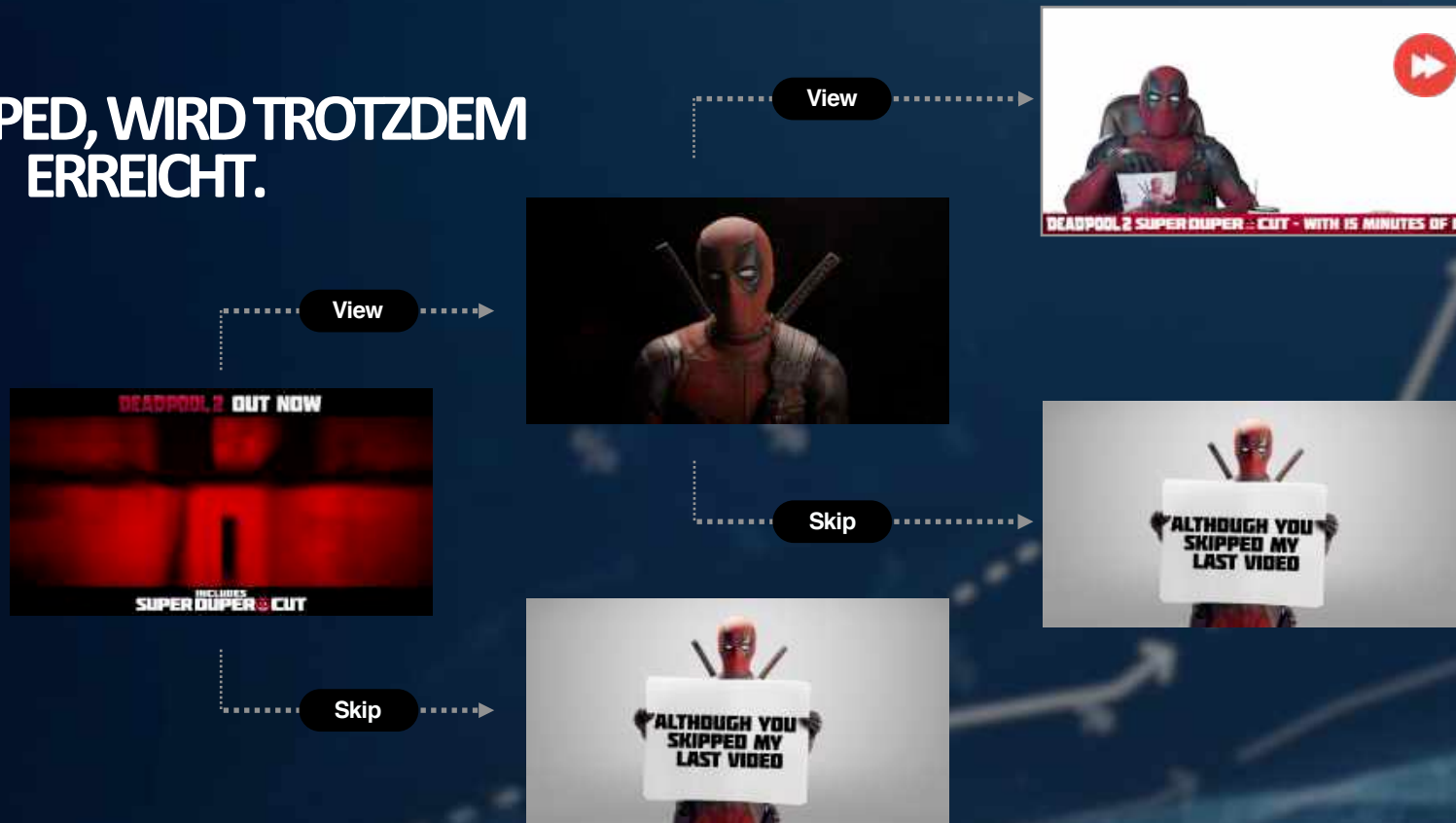
Text- und Bildanpassung



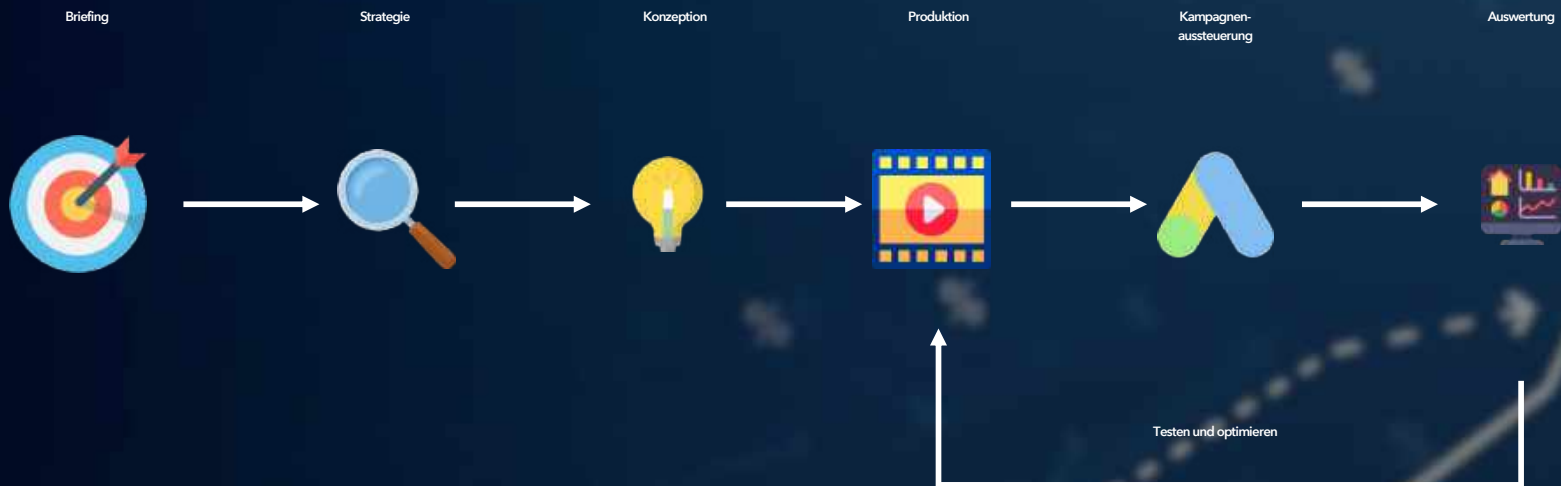
ANZEIGENSEQUENZ



WER SKIPPED, WIRD TROTZDEM ERREICHT.



STEUERUNG / OPTIMIERUNG



CASE STUDY



GORDAN RAMSAY ALS TV-FORMAT

CASE STUDY



GORDAN RAMSAY / KAMPAGNE 2019

Im Rahmen dieser Kampagne testeten wir mehrere Targetings und Motive sowie deren Wechselwirkung. Die Motive Kochen, Reisen und Doku fanden jeweils ihr Pendant in datengetriebenen Interessentargeting. Jedes Interessensegment wurde mit allen 3 Motiven bespielt, wovon ein Motiv passend zum Targeting lief und 2 Motive als Kontrollgruppe fungierten.

CASE STUDY



Zielgruppe	Targeted Spot	Kontrollgruppe	Kontrollgruppe
Kochen			
Reise			
Doku			

CASE STUDY



49% VTR

49% View Through Rate (Videos wurden zu 100% angeschaut)

CASE STUDY



+263%

263% Steigerung der Klickrate (insgesamt 800 TSD Views)

CASE STUDY



-62% CPM

Reduzierung der Kosten pro Tausend Kontakte (CPM) um 62%

IHR VORTEIL



- Erreichen der Zielgruppe in allen Phasen des Kaufprozesses
- Personalisierte Kundenansprache
- Messbare Ergebnisse in Echtzeit
- Höherer ROI als TV-Werbung
- Kurze Abstimmungswege
- Effiziente Kreativprozesse
- Schnelle Produktionszyklen





LET'S GET IT ON!

