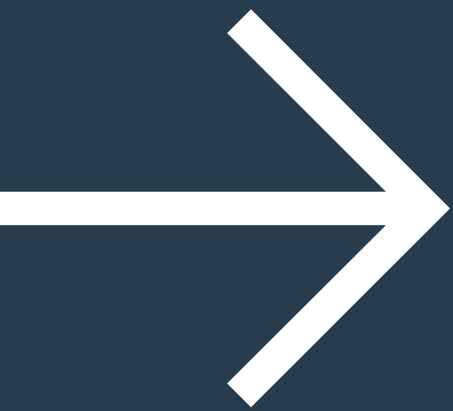


REAL-TIME- BIDDING



**DIGITALE
WERBEFLÄCHEN
ERSTEIGERN IN
ECHTZEIT**

WAS BEDEUTET REAL-TIME-BIDDING IM DETAIL?

AUF GEHT'S...



Das Konzept des Real-Time-Bidding entwickelte sich vor dem Hintergrund des durch Google geprägten Auktionsprinzips bei der Vergabe von Anzeigenplätzen auf den Ergebnisseiten von Suchmaschinen (Search Engine Result Pages/SERPs). Das klassische Versteigerungsverfahren für Online-Werbung erlaubt jedoch lediglich die Abgabe pauschaler Vorab-Gebote, was kurzfristige Anpassungen zwar nicht völlig ausschliesst, aber erschwert.

Real-Time-Bidding hingegen zeichnet sich dadurch aus, dass individuell auf jede einzelne Werbeimpression in Echtzeit (also während des Ladens der Website) geboten werden kann.



WEITER
GEHT'S

NOCH
MAL
SWIPEN



WELCHE VOR- UND NACHTEILE HAT REAL-TIME-BIDDING FÜR WERBETREIBENDE UND MARKETER?

Real-Time-Bidding weist zur Ersteigerung von Anzeigenflächen und Werbeplätzen unter anderem die folgenden Vorteile auf:

- Echtzeit-Auktionen
- Wirtschaftlichkeit
- Retargeting
- Analytischer Mehrwert

Als Nachteil lässt sich anführen, dass über Real-Time-Bidding ersteigerte Werbeflächen im Schnitt als etwas teurer sind als solche, die über konventionelle Vertriebswege erworben werden.

FAZIT: WARUM MARKETER SICH MIT REAL-TIME-BIDDING AUSEINANDERSETZEN SOLLTEN

Trotz der nominell höheren Kosten verspricht die Umsetzung von Real-Time-Bidding-Strategien hohes Potential im Hinblick auf die Ausrichtung und Feinjustierung von Marketing-Kampagnen. RTB erlaubt nicht nur die Anpassung von Geboten an verschiedene Arten von Werbeflächen und deren Eigenschaften (etwa SEO-Optimiertheit), sondern - in Kombination mit den Prinzipien des Programmatic Advertising - auch die Differenzierung nach individuellen Nutzern und deren Zielgruppenkompatibilität.



MARCEL

@webadvice

DU MÖCHTEST
MEHR
ERFAHREN?
WE ADVICE YOU



für später speichern

