

Retargeting

Was ist das?

Retargeting ist eine Werbetechnik, die es Ihnen ermöglicht, gezielt diejenigen Kunden anzusprechen, die bereits Interesse an Ihrer Branche gezeigt haben.

Wenn ein Nutzer die Website lift-journal.de besucht, können wir ihn mithilfe von Cookies nach seinem Besuch folgen. Wenn der Nutzer im Anschluss eine andere Website besucht, wird ihm auch dort Ihr Banner ausgespielt.

Was bringt mir das?

- Zusätzliche Reichweite ohne Streuverlust – das erhöht die Effektivität und senkt die Kosten Ihrer Kampagne
- Erreichen der Kernzielgruppe durch gezielte Ansprache
- Höhere Aufmerksamkeit für Ihr Banner durch die mehrfache Ansprache
- Imagesteigerung durch Präsenz auf renommierten Webseiten
- Maximale Kontrolle Ihrer Kampagne durch garantierte Ausspielungen und umfangreiches Reporting





1 Fachleute informieren sich auf lift-journal.de über die Branche.



The icon shows three stylized human figures in blue, standing side-by-side. Below them is the LIFT journal logo, which consists of a blue 'N' shape followed by the text 'LIFT journal'.

2 Der User erhält einen Cookie als Interessent für Aufzüge und Fahrtreppen.



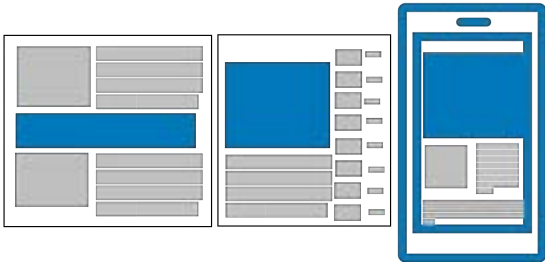
The icon depicts a stylized human figure on the left, an arrow pointing to a computer monitor showing a website, and another arrow pointing to a blue cookie with white chips.

3 Wir finden den User im Anschluss auf Drittseiten überall im Internet wieder – geräteübergreifend.



The icon shows a central blue human figure surrounded by a dense grid of various website logos and brand names, including 'Handelsblätt', 'Macwelt', 'FAZNET', 'Wirtschaft', 'S2', 'N24', 'kicker', and 'chama'.

4 Auf diesen vom User besuchten Seiten spielen wir Ihre Werbung aus.




The icon shows two desktop computer monitors displaying website layouts and a smartphone to the right, all representing digital advertising placements.

5 Der User wird auf Ihre Website oder eine spezielle Landingpage geführt.



The icon shows a stylized human figure on the left and a computer monitor on the right, with an arrow pointing from the person to the screen.

Ihre Reichweite wird gesteigert, Ihre Markenbekanntheit vergrößert und Ihre Konversionschancen erhöht.



The icon features a blue rocket in a circle on the left and a speedometer with a needle pointing towards the right on the right, symbolizing growth and performance.



Folgende Bannerformate benötigen wir von Ihnen

Inline Rectangle (MPU)	300 x 250
Mobile Interstitial	300 x 300
Banner 2:1	300 x 150
Billboard (groß)	970 x 250
Billboard (klein)	800 x 250
Halfpage Ad	300 x 600
Leaderboard	320 x 50
Maxi Ad	800 x 600

Spezifikationen

- Image (.gif oder .jpg): max. 150 KB und SSL-secure
- Länge der Animation: Animierte Anzeigen müssen nach 30 Sekunden statisch werden
- 3rd party (javascript oder html): max. 150 KB und SSL-secure
- Frame nur von DoubleClick möglich
- Ziel-URL, zu der die Banner verlinken sollen

Werbebanner AdTag

Wenn Sie einen eigenen AdServer betreiben, können Sie uns alternativ auch einen Werbebanner AdTag senden. Dabei handelt es sich um einen verweisenden Code zu den auf Ihrem AdServer liegenden Bannern. Diesen Code binden wir dann in unserem System ein. Wir unterstützen alle gängigen am Markt erhältlichen AdServer-Systeme.

Was kostet mich das?

Sie bezahlen zunächst das Banner auf unserer Website lift-journal.de. Zu diesem monatlichen Preis (zwischen 390 € und 650 €) buchen Sie mindestens 50.000 AdImpressions für die hyperlokale Werbekampagne, der Tausender-Kontakt-Preis (TKP) beträgt 45 € – in unserem Beispiel sind das also 2.250 € für das Retargeting (plus die Bannerkosten auf der LIFTjournal-Website).

Hyperlocal Marketing

Wenn Sie Ihre potenziellen Kunden in unmittelbarer Nähe Ihres Unternehmens erreichen möchten, ist die hyperlokale Werbestrategie eine effektive Möglichkeit, um gezielt lokale Kunden zu gewinnen. Statt einer nationalen oder europaweiten Kampagne, die eine breitere Zielgruppe anspricht, können Sie mit dieser Werbeform speziell auf die Bedürfnisse und Interessen der Menschen in Ihrer Region eingehen.

Auf Messen können Sie mit dem Hyperlocal Marketing gezielt Messebesucher ansprechen und Ihre neuen Produkte oder Dienstleistungen präsentieren. Indem Sie die Aufmerksamkeit der Besucher gezielt auf sich lenken, steigern Sie Ihre Chancen auf erfolgreiches Networking, Verkauf oder Leadgenerierung.

Hyperlocal Marketing hilft Ihnen auch bei der Suche nach neuen Mitarbeitern und Auszubildenden. Durch die hyperlokale Ausspielung Ihrer Stellenanzeige erreichen Sie potenzielle Kandidaten in Ihrer Region, die ein erhöhtes Interesse an einer Stelle in Ihrer Nähe haben.

Was bringt mir das?

- Gezielte Ansprache von potenziellen Kunden vor Ort
- Steigerung der Sichtbarkeit und Bekanntheit Ihres Unternehmens
- Effektive Nutzung begrenzter Marketing-Ressourcen, da die Kampagne auf die unmittelbare Umgebung Ihres Unternehmens beschränkt ist
- Möglichkeit zur Verstärkung bestehender Beziehungen zu lokalen Kunden oder Partnern
- Die Aufmerksamkeit für Ihr Unternehmen oder Ihre Messeneuheit wird digital verlängert
- Über eine Landing-Page oder einen Link zu Ihrer Website können Sie Ihren potenziellen Kunden weitere wichtige Informationen – natürlich auch multimedial – zur Verfügung stellen

Fachleute und Interessierte der Branche treffen sich.

1



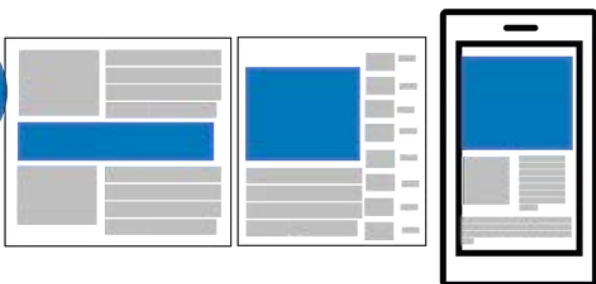
Durch Geodaten werden Personen im Umkreis ermittelt.

2



Dem User wird auf Seiten überall im Internet Ihre Werbung angezeigt.

3



Der User wird auf Ihre Website oder eine spezielle Landingpage geführt.

4

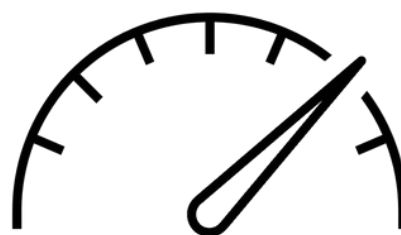


Sie zeigen Präsenz vor Ort und digital.

5



Ihre Reichweite wird gesteigert und Ihre Markenbekanntheit vergrößert.



Folgende Bannerformate benötigen wir von Ihnen

Inline Rectangle (MPU)	300 x 250
Mobile Interstitial	300 x 300
Banner 2:1	300 x 150
Billboard (groß)	970 x 250
Billboard (klein)	800 x 250
Halfpage Ad	300 x 600
Leaderboard	320 x 50
Maxi Ad	800 x 600

Spezifikationen

- Image (.gif oder .jpg): max. 150 KB und SSL-secure
- Länge der Animation: Animierte Anzeigen müssen nach 30 Sekunden statisch werden
- 3rd party (javascript oder html): max. 150 KB und SSL-secure
- Frame nur von DoubleClick möglich
- Ziel-URL, zu der die Banner verlinken sollen

Werbebanner AdTag

Wenn Sie einen eigenen AdServer betreiben, können Sie uns alternativ auch einen Werbebanner AdTag senden. Dabei handelt es sich um einen verweisenden Code zu den auf Ihrem AdServer liegenden Bannern. Diesen Code binden wir dann in unserem System ein. Wir unterstützen alle gängigen am Markt erhältlichen AdServer-Systeme.

Was kostet mich das?

Sie bezahlen zunächst das Banner auf unserer Website lift-journal.de. Zu diesem monatlichen Preis (zwischen 390€ und 650€) buchen Sie mindestens 50.000 AdImpressions für die hyperlokale Werbekampagne, der Tausender-Kontakt-Preis (TKP) beträgt 65 € – in unserem Beispiel sind das also 3.250 € für eine hyperlokale Kampagne.

Account Based Marketing

Ihre Kunden sind Geschäftskunden? B2B – das ist Ihre Werbeform? Dann ist das Account-Based-Marketing (ABM) eine interessante Erweiterung für Sie! Sie definieren dabei, welche Unternehmen Sie mit Ihrer Kampagne erreichen wollen. Ihren Kunden werden dann auf den Webseiten unserer Partner Ihre Werbebanner gezielt ausgespielt.

Was bringt mir das?



- Durch die gezielte Ansprache von Ziel-Accounts können wir sicherstellen, dass Sie die gewünschten Unternehmen mit den gewünschten Botschaften erreichen.
- Da die Marketingaktivitäten genau auf die Bedürfnisse Ihrer potenziellen Kunden zugeschnitten sind, ist die Wahrscheinlichkeit einer Kundenreaktion höher.
- ABM ermöglicht es, eine personalisierte und individuelle Beziehung zu den potenziellen Unternehmenskunden aufzubauen. Das kann langfristig die Kundenbeziehungen stärken.
- Marketing und Vertrieb profitieren von diesen Daten.
- Durch die gezielte Werbung haben Sie keinen Streuverlust bei Ihrer Kampagne.
- In dem Report, den wir Ihnen am Ende der Kampagne zur Verfügung stellen, können Sie sehen, welche Unternehmen erreicht und aktiviert wurden.

Was muss ich dafür tun?

Um den Erfolg Ihrer ABM zu steigern, sollten Sie so vorgehen:

1. Die Identifikation Ihrer Unternehmenskunden ist der erste Schritt. Ihr Vertrieb/Marketing stellt die in Ihrem Unternehmen bereits vorhandenen Firmendaten und -profile der potenziellen Kunden zusammen oder/und Sie recherchieren, welche Unternehmen für Sie als Neukunden interessant sein könnten.
2. Jede potenzielle ABM-Kampagne ist einzigartig und deshalb sollten Sie sicherstellen, dass die Marketingbotschaften auf die spezifischen Bedürfnisse und Interessen der jeweiligen Ziel-Unternehmen zugeschnitten sind.
3. Die Zusammenarbeit zwischen Marketing- und Vertriebsteam ist hier entscheidend, damit Sie die optimale Kampagne bekommen und auswerten können.

Beispiel-Report nach Abschluss der Kampagne

Sie bekommen am Ende einen Report mit der Auswertung Ihrer Kampagne von uns. Sie erfahren dabei, welche Banner am meisten angeklickt wurden und welche Unternehmen am häufigsten reagiert haben.

Ad Performance by Creative

Creative Name	Size	Ad Impressions	Clicks	CTR
CAMPAIGN 1: Bestandskunden ABM 300x250	300x250	86.839	130	0,11%
CAMPAIGN 1: Bestandskunden ABM 320x50	320x50	68.139	104	0,12%
CAMPAIGN 1: Bestandskunden ABM 300x300	300x300	30.134	30	0,30%
CAMPAIGN 1: Bestandskunden ABM 970x250	970x250	9.385	11	0,12%
CAMPAIGN 1: Bestandskunden ABM 300x800	300x800	4.539	2	0,04%
CAMPAIGN 1: Bestandskunden ABM 800x250	800x250	1.414	0	0,00%
CAMPAIGN 1: Bestandskunden ABM 300x130	300x130	32	0	0,00%
CAMPAIGN 1: Bestandskunden ABM 800x800	800x800	11	0	0,00%
TOTAL		180.916	257	0,14%

Top Companies reached

Company Name
Firma 36
Firma 20
Firma 30
Firma 40
Firma 23
Firma 47
Firma 45
Firma 14
Firma 34
Firma 31
Firma 9
Firma 28
Firma 44
Firma 43
Firma 17
Firma 42
Firma 38
Firma 11
Firma 8
Firma 39
Firma 10
Firma 15
Firma 18
Firma 12
Firma 30

Top Companies - Awareness

Company Name	No. Impressions
Firma 1	4.125
Firma 2	4.063
Firma 3	4.009
Firma 4	4.006
Firma 5	3.993

Top Companies - Clicks

Company Name	No. of Clicks
Firma 20	17
Firma 36	16

Ablauf der Kampagne



Sie stellen Listen mit Zielkunden zur Verfügung bzw. wir unterstützen dabei.



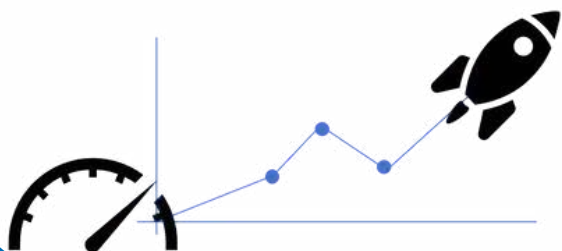
Es werden die Zielaccounts im Internet identifiziert...



... und diesen gezielt Werbung ausgespielt.



In den Reports wird sichtbar, welche Unternehmen erreicht und aktiviert wurden.



Konzentration der Gesamtpower auf identifizierte Target-Accounts

Folgende Bannerformate benötigen wir von Ihnen

Inline Rectangle (MPU)	300 x 250
Mobile Interstitial	300 x 300
Banner 2:1	300 x 150
Billboard (groß)	970 x 250
Billboard (klein)	800 x 250
Halfpage Ad	300 x 600
Leaderboard	320 x 50
Maxi Ad	800 x 600

Spezifikationen

- Image (.gif oder .jpg): max. 150 KB und SSL-secure
- Länge der Animation: Animierte Anzeigen müssen nach 30 Sekunden statisch werden
- 3rd party (javascript oder html): max. 150 KB und SSL-secure
- Frame nur von DoubleClick möglich
- Ziel-URL, zu der die Banner verlinken sollen

Werbebanner AdTag

Wenn Sie einen eigenen AdServer betreiben, können Sie uns alternativ auch einen Werbebanner-AdTag senden. Dabei handelt es sich um einen verweisenden Code zu den auf Ihrem AdServer liegenden Bannern. Diesen Code binden wir dann in unserem System ein. Wir unterstützen alle gängigen am Markt erhältlichen AdServer-Systeme.

Was kostet mich das?

Sie buchen mindestens 50.000 AdImpressions für die ABM-Kampagne. Der Tausender-Kontakt-Preis (TKP) beträgt 95 € – in unserem Beispiel sind das also 4.750 € für eine ABM-Kampagne.



ULRIKE LOTZE

Chefredaktion und Anzeigenverkauf



BERND LORENZ

Redaktion und Anzeigenverkauf



REBEKKA MEYER

Online Ad Management



KAI SCHMELTER

Disposition

