

Programmatic Advertising im Nischenmarkt

Fotografie-Zubehör

Präsentation von Jessica Müller

Rollei GmbH & Co. KG

Produkte:

- Foto Stativ, Filter
- Fotorucksäcke
- Blitzgeräte, Kamera Reinigung

Rollei GmbH & Co. KG

Zielgruppe:

- **Hobbyfotografen**
- **Professionelle Fotografen**
- Fotostudios
- Foto Fachhandel
- MediaMarkt/Saturn
- Amazon

B2C

Bisherige Online Werbung

- Festbuchungen z.B. innerhalb von Kooperationsvereinbarungen
- Fotofachmagazine
- Elektronik Magazine
- Affiliate mit Blogger-Seiten und Mikroinfluencern
- Social Media
- SEO
- SEA
- Newsletter
- ...

Bisheriges Vorgehen

- Festbuchungen z.B. innerhalb von Kooperationsvereinbarungen
- Fotofachmagazine
- Elektronik Magazine
- **Affiliate mit Blogger-Seiten und Mikroinfluencern**
- Social Media
- SEO
- SEA
- Newsletter
- ...

Ziel

- Individuelle Werbung
- Geringste Streuverluste
- Angepasste Reichweite
- Kundensegmentierung
- Datenanalyse
- Conversion statt Traffic

Vorgehen

- Segmentierungsmöglichkeiten ausschöpfen
- Passende Kanäle auswählen
- Passende Zielseiten finden
- Richtige Werbemittel
- Richtiges Design
- Passende Ansprache
- Funnel-Stufen berücksichtigen

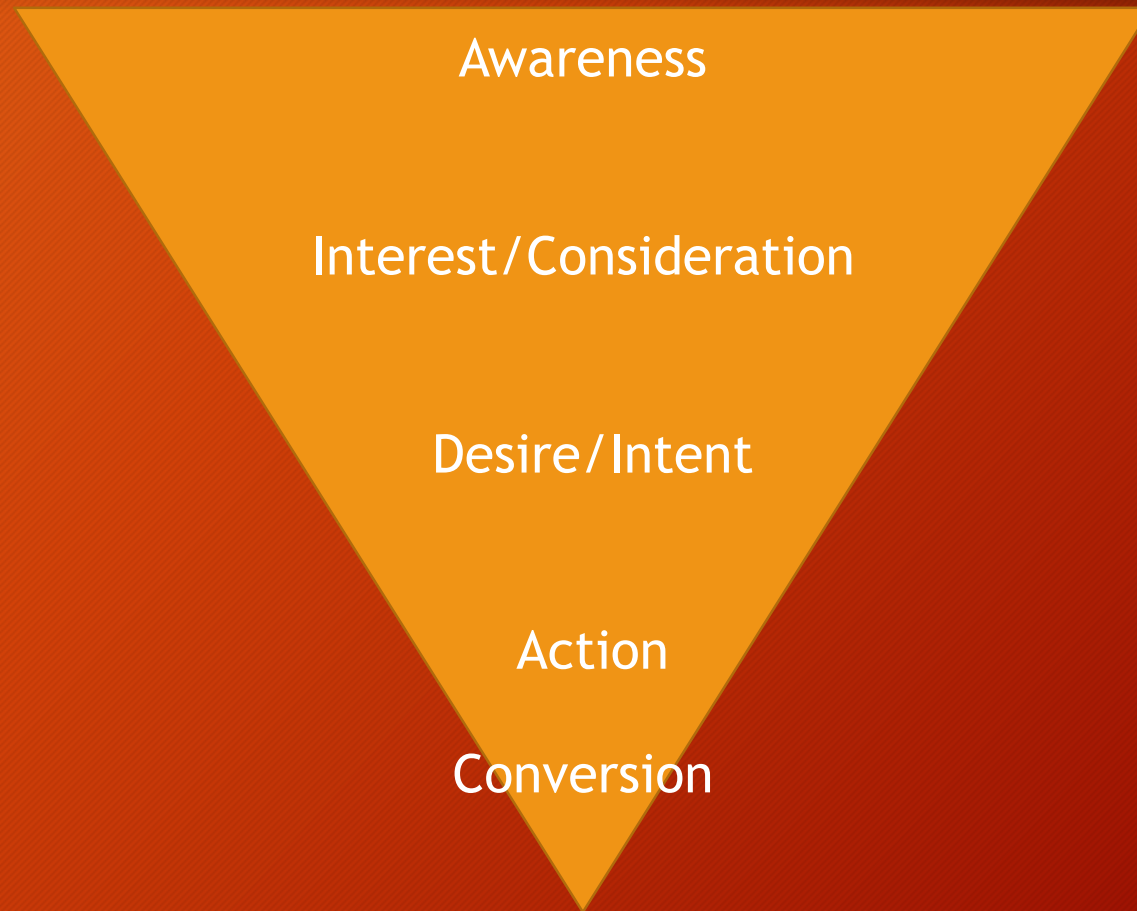
Funnel

Prospecting

- Höhere Reichweite
- Ausgewählte Zielseiten
- Höhere Kosten
- Allgemeinere Werbemittel

Retargeting

- Gezielte Reichweite
- Kaum Streuverluste
- Frequency Capping
- Konkretere Werbemittel
- Effizientere Kostenstruktur



Herausforderungen / Schwierigkeiten

- Hochpreisige Produkte
- Zu kleine Zielgruppe
- Trotzdem viel Streuverlust
- Viel **Geduld** gefordert
- Publisherseiten oft inhaltlich viel zu breit
- Wenig bis keine Nischenseiten
- Wenig bis keine Unterseiten

Herausforderungen/Schwierigkeiten

- Nischenseiten nicht im Portfolio der Netzwerke
- Trotz/wegen harter Eingrenzung zu wenig Impressions
- Relevante Datenmengen fehlen teilweise

Zahlenbeispiel

	Impressions	Clicks	Umsatz	Kosten	KUR
Prospecting	7,5 Mio	16.500	25.500	34.500	135 %
Retargeting	3,9 Mio	31.500	187.500	19.500	10,4 %
Gesamt	11,4 Mio	48.000	213.000	48.000	22,5 %

Awareness

Interest/Consideration

Desire/Intent

Action

Conversion

Vielen Dank!



Jessica Müller

j.mueller.hh18@gmail.com