



# Yield Optimization in der Praxis Technologie & Know How



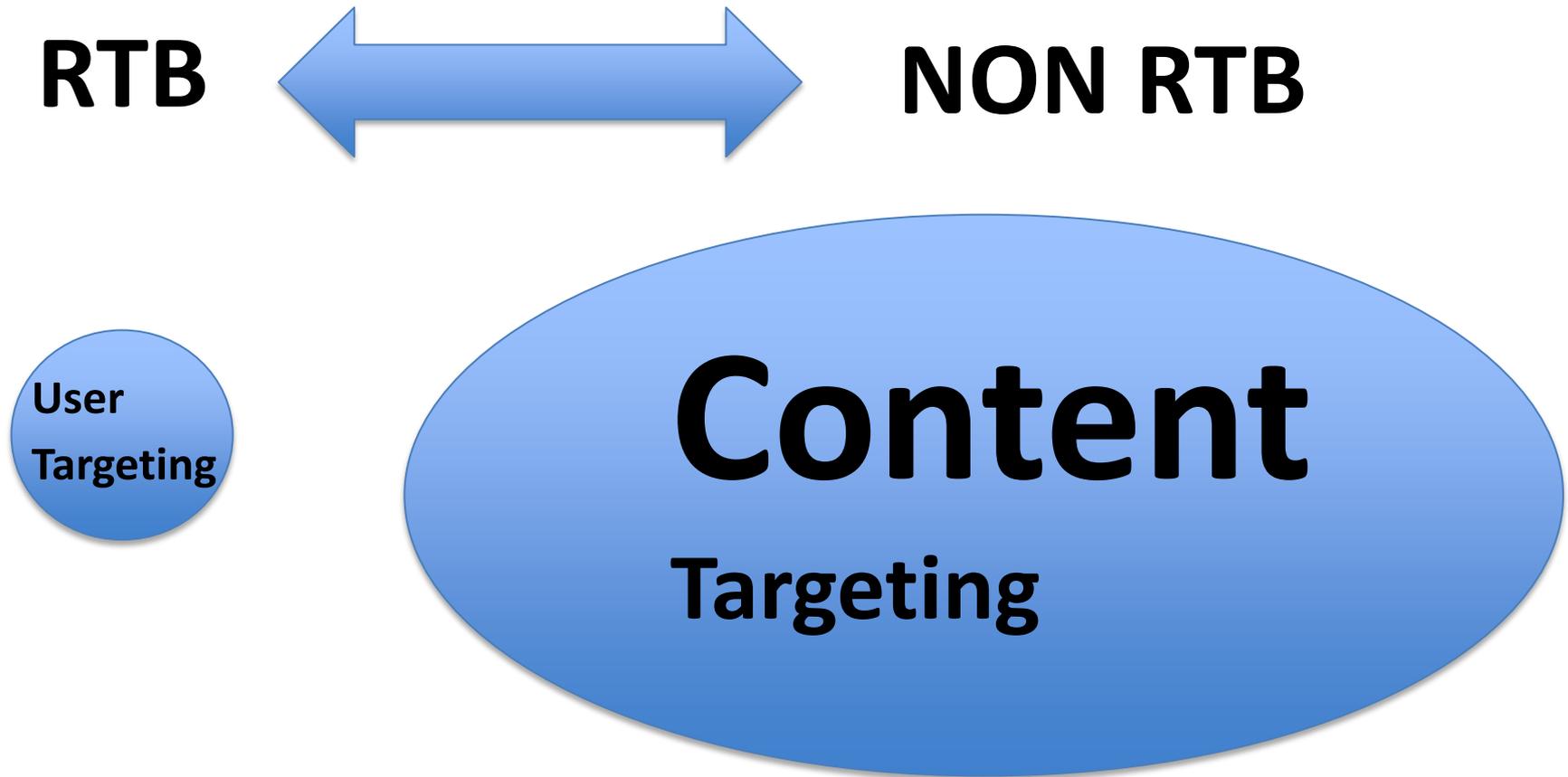
**„Die beste Technologie allein reicht nicht aus!“**

**Ziele des Yield Managements:**

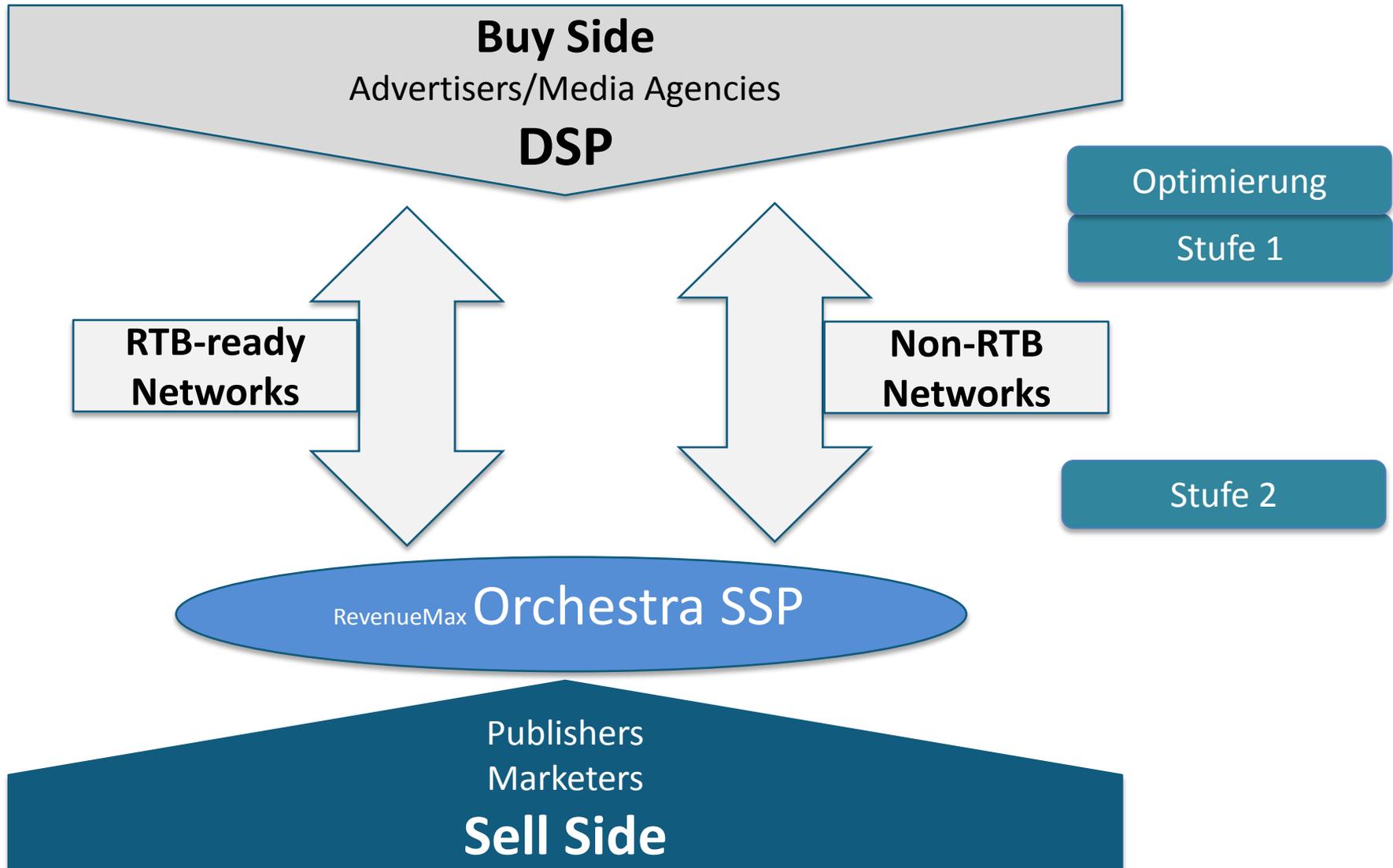
**100% Auslastung des Inventars**

**Maximaler eCPM**

# Der Markt – Status heute



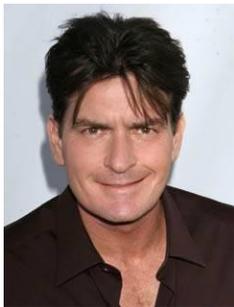
# Der Markt – Status heute



# „People business bleibt wichtig!“

## Customer journey

### Business Development



Vereinbarung  
Publisher Interessen  
Business Rules  
Restriktionen/Konditionen

### Yield Management/ Account Management



System Setup  
Umsetzung in den  
Netzwerken

# People business bleibt wichtig!

## Customer journey

Acquisition/ Business Development



Vereinbarungen

Yield Management/ Account Management



System Setup

## Yield Management/ Account Management



Optimierung

Kampagnenauswahl

Quality Management

## Account & Partner Management



Customer Service

Transparenz

# Fallbeispiele – aus der Praxis

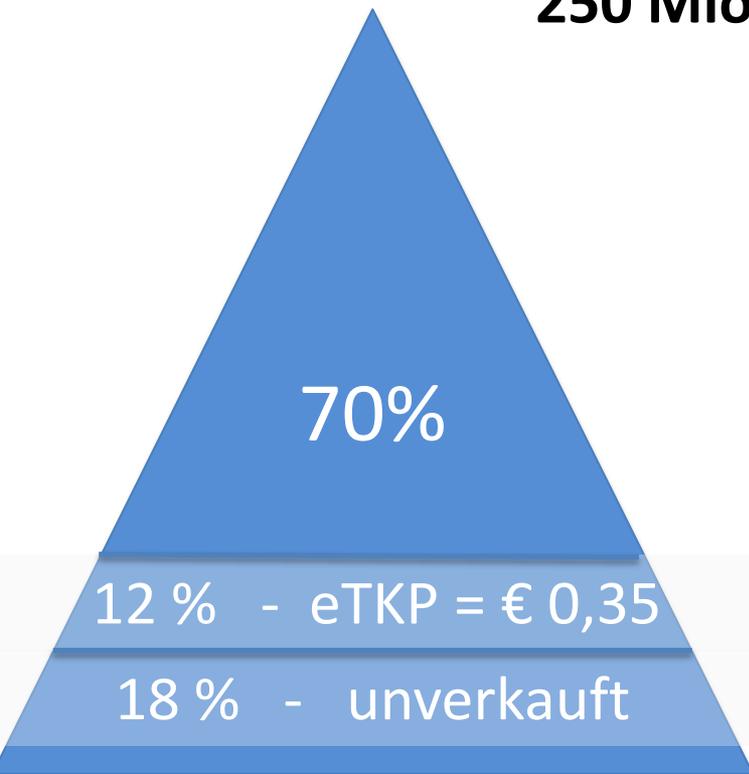
**Start: AGOF Vermarkter mit Entertainment Portalen**

**250 Mio Ais/Monat**

**Auslastung 70%**

**Restinventar 1 Marktplatz**

**Auslastung 40%, eCPM ca. € 0,35**



# Fallbeispiele – aus der Praxis

**Start: 250 Mio AIs/ 70% Adfill/ Restplatz: 40%**

 **Gesamtauslastung 82%**

 **30% Restplätze werden also zu € 0,14 monetarisiert**

# Fallbeispiele – aus der Praxis

**Ausgangslage: Vermarkter/ Auslastung 70%/ 30% zu € 0,14 eCPM**

**Optimierung: Auf allen Netzwerken half-blind (Vermarkter Rotationen)**

**Setup und Optimierung auf Einzel-Platzierungs-Ebene**

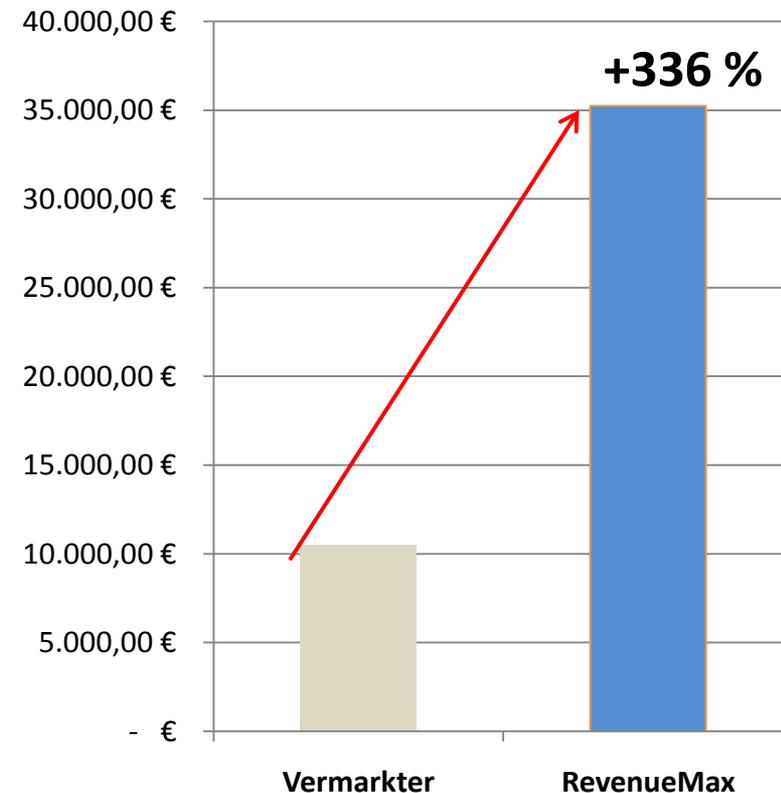
**Start mit 6 Netzwerken, nach 3 Wochen 8, nach 5 Wochen 12 Netzwerke**

# Fallbeispiele – aus der Praxis

**Ausgangslage: Vermarkter/ Auslastung 70%/ 30% zu € 0,14 eCPM**

**Ergebnis: (nach 5 Monaten)**

<b>AdImps</b>	<b>250 Mio</b>
<b>Adfillrate</b>	<b>100%</b>
<b>Umsatz</b>	<b>€ 120.000,-</b>
<b>eCPM</b>	<b>€ 0,47</b>
<b>Umsatzsteigerung:</b>	<b>336%</b>



# Fallbeispiele – aus der Praxis 2

**Start: AGOF Browser-Spiele-Portal**

**230 Mio Ais/Monat**

**Auslastung 100% durch**

**Premiumvermarkter**

**Restinventar diverse**



**Performance-Werte entscheidend**

# Fallbeispiele – aus der Praxis 2

**Ausgangslage: Spiele Portal/ Auslastung 100%/ eCPM performance**

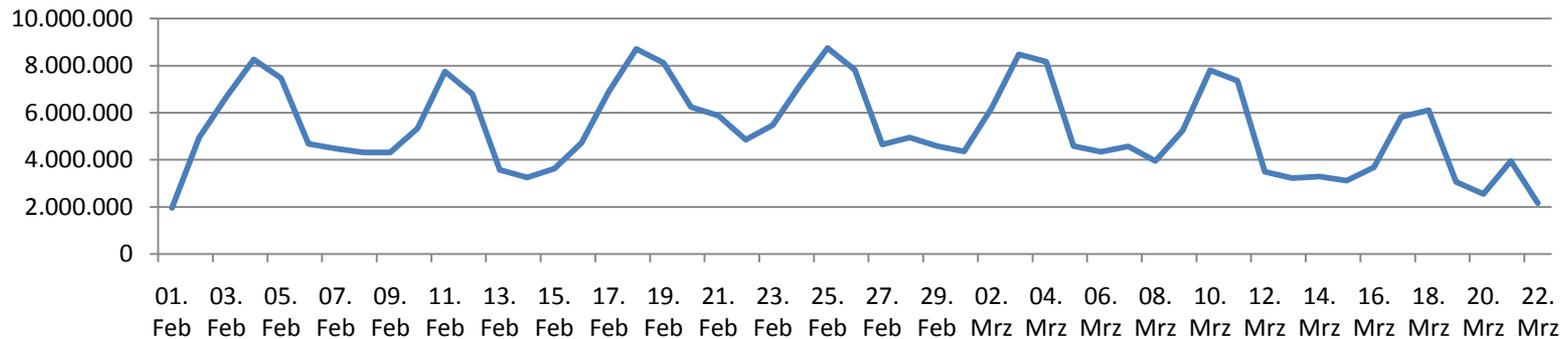
**Optimierung: Auf allen Netzwerken blind auf Einzel-Platzierung**

**Kampagnenauswahl nach CPM und CPC**

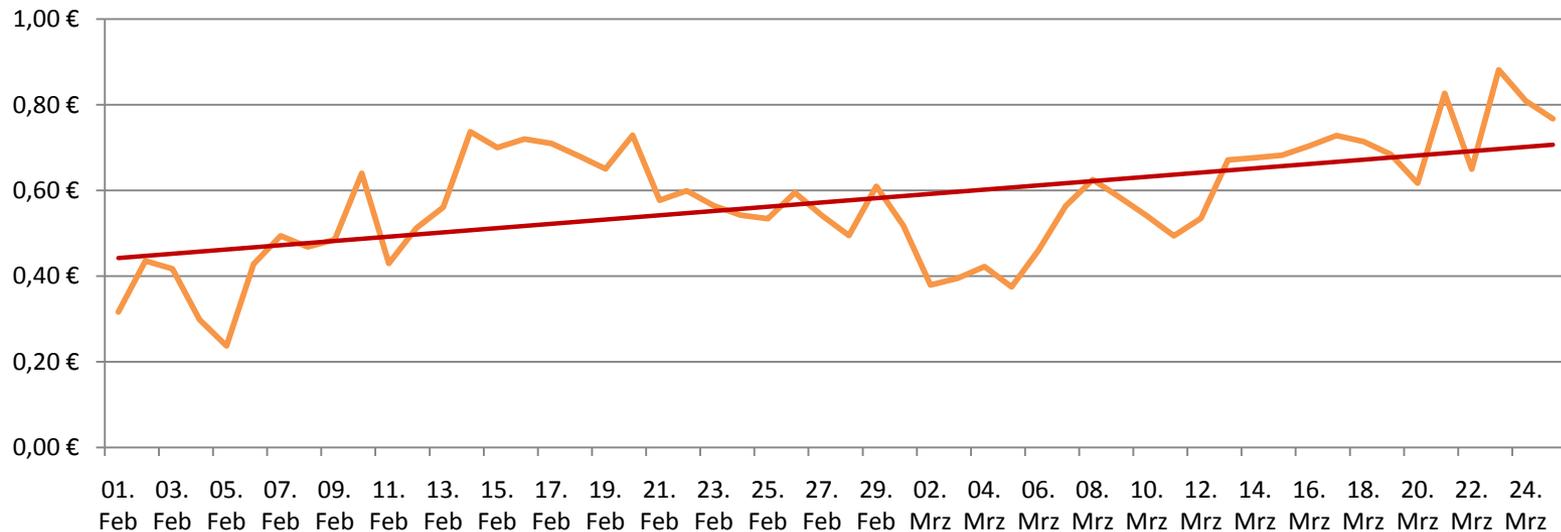
**Start mit 10 Netzwerken, nach 3 Wochen 12, nach 5 Wochen 10**

# Fallbeispiele – aus der Praxis 2

## AdImps



## eCPM



# Fallbeispiele – aus der Praxis 2

**Ausgangslage: Spiele Portal/ Auslastung 100%/ eCPM performance**

**Ergebnis: (nach 8 Wochen)**

<b>AdImps</b>	<b>284 Mio</b>
<b>Adfillrate</b>	<b>100%</b>
<b>Umsatz</b>	<b>€ 157.000,-</b>
<b>eCPM</b>	<b>€ 0,56</b>

# Vielen Dank!