

MEHR WEBSITE-TRAFFIC MIT RESPONSIVEN DISPLAYANZEIGEN

Impressionen
+184 %

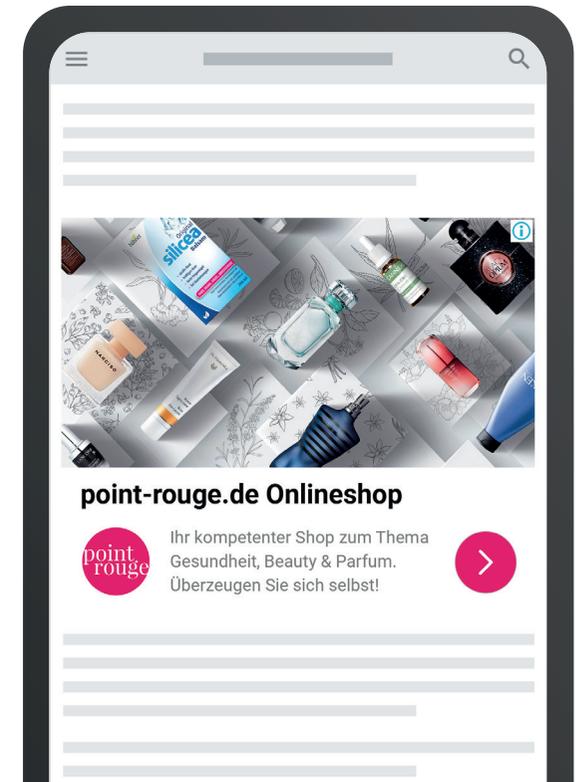
CTR
+170 %

Ausgangssituation

Responsive Displayanzeigen sind mittlerweile Standard im Google Displaynetzwerk. Aus den bereitgestellten Bildern, Videos, Texten und Logos werden von Google automatisch Anzeigen generiert. Gegenüber klassischen Bannern (z. B. im Bild- oder HTML5-Format) wird die Reichweite vergrößert, da die Anzeigen an alle Größen und Formate angepasst werden. Zudem erwarten wir eine bessere Leistung, weil die Bild- und Textkombinationen mittels maschinellen Lernens optimiert werden. Wir haben uns die Leistung des responsiven Anzeigenformats genauer angeschaut und den klassischen Displayanzeigen gegenübergestellt, um zu beurteilen, was das responsive Format dem Werbetreibenden tatsächlich an Mehrwert bietet.

Unser Lösungsansatz

Bei zwei Kunden haben wir jeweils in einer Display-Kampagne responsive Anzeigen zusammen mit klassischen Bild- bzw. HTML5-Anzeigen parallel ausgeliefert. Beide Anzeigenformate wurden in denselben Anzeigengruppen mit denselben Zielgruppen platziert.



Das Ergebnis

Impressionen
+184 %

CTR
+170 %

Das Ergebnis

- Bei beiden Kunden haben responsive Displayanzeigen wie erwartet mehr Reichweite erhalten (bis zu 184 % mehr Impressionen)
- Auffällig sind zudem die bis zu 170 % höheren Klickraten (CTR) und niedrigeren Klickpreise (CPC).
- In Bezug auf die durchschnittlichen Preise pro 1.000 Impressionen (CPM) ist das responsive Format im Vergleich bei Kunde A etwas teurer und bei Kunde B fast doppelt so teuer.
- Durch die höhere Reichweite und den höheren Website-Traffic steigt auch die Anzahl der Conversions, welche über die responsiven Anzeigen generiert wurden.
- Die Conversion Rate der responsiven Anzeigen ist jedoch bei beiden Kunden deutlich niedriger als mit den klassischen Anzeigen.

Kunden	Format	Impressionen	Klicks	CTR	CPC	CPM	Conversions	Conv.-Rate
A	Responsive Display	717.503	4.201	0,59 %	0,14 €	0,79 €	12	0,29 %
	Klassische Bildanzeigen	538.705	1.307	0,24 %	0,30 €	0,74 €	11	0,84 %
B	Responsive Display	10.787.746	29.187	0,27 %	0,45 €	1,23 €	155	0,53 %
	Klassische Bildanzeigen	3.798,534	3.835	0,10 %	0,63 €	0,64 €	37	0,96 %

Fazit

Durch die hohen Klickraten und niedrigen CPCs responsiver Displayanzeigen können Werbetreibende günstigen Website-Traffic einkaufen. Für das Ziel Sichtbarkeit und Brand Awareness eignen sich sowohl klassische als auch responsive Anzeigen. Obwohl die CPM-Preise bei den klassischen Bannern günstiger sind, punkten responsive Displayanzeigen mit potenziell mehr Reichweite.

Höherer Website-Traffic bedeutet aber nicht automatisch mehr konvertierende Nutzer. Die niedrigeren Conversion Rate bei den responsiven Anzeigen deuten darauf hin, dass eine breitere, nicht nur die unmittelbar kaufbereite, Zielgruppe erreicht wird. Grundsätzlich ist es möglich, die Anzahl der Conversions durch die höhere Reichweite und Klickrate der responsiven Formate zu steigern. Allerdings hängt die Rentabilität von den zu erreichenden Kosten pro Conversion bzw. ROAS-Zielen des Werbetreibenden ab. Sie kann zum Beispiel durch automatische Gebotssteuerung optimiert werden.

Über Klickkonzept:

- Wir sind eine deutsche Performance-Marketing-Agentur mit Sitz in Frankfurt am Main.
- Uns gibt es seit 2011; seit der zweiten Jahreshälfte 2018 sind wir Teil der international agierenden Labelium-Gruppe.
- Unsere ganzheitlichen Online-Marketing-Konzepte basieren auf einem kanal- und geräte-übergreifenden Tracking.
- Die Erfolge unserer Maßnahmen werden anhand geschäftsrelevanter Kennzahlen sichtbar gemacht.
- 2015 wurden wir eine der ersten Google-Premium-Agenturen in Deutschland.
- Unsere Leistungen umfassen die komplette Bandbreite des Online-Marketings, von klassischen Disziplinen wie SEO und SEA über Beratung und Trainings bis zu Conversion Rate Optimierung und Customer-Journey-Analysen.
- Mehr Informationen: www.klickkonzept.de

Ansprechpartner



Catherine Trüb-Ko

SEA Manager

Telefon: +49 69 24 75 266 - 51

E-Mail: c.trueb-ko@klickkonzept.de