

Wie funktioniert die Zusammenarbeit mit einer Vermarktungsagentur?



Die CommonMedia GmbH

Der Spezialist für die Zielgruppen
FRAUEN & FAMILIE & KINDER

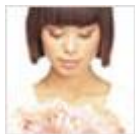
Wer ist CommonMedia?

Seit 13 Jahren steht CommonMedia für inhaltsnahe und zielgruppenaffine Online-Werbung. Wir sind kein Netzwerksvermarkter sondern erarbeiten als Mittler zwischen Kunde und Webseite, für eine zielführende Kampagne, die zum Kunden und zum User passt. Dabei fließen sämtliche Möglichkeiten der Interaktion zu individuellen Paketen zusammen.

Unser Portfolio ist besonders stark in der Zielgruppe der Familien. Als erster Vermarkter Deutschlands konzentrierte sich die CommonMedia bereits 2001 auf Titel, die Familien interessieren. Darüber hinaus bietet das Portfolio Hochzeitstitel, Frauenwebseiten mit den Themen Lifestyle, Mode, Finanzen oder Selbstcoaching sowie Seniorenportale und Weihnachtstitel.

Die CommonMedia GmbH vermarktet insgesamt 7 Verlage, betreibt ein eigenes Vertikal amicella.de, entwickelt innovative und überzeugende Werbeformate und beschäftigt 10 Mitarbeiter.

Sitz der Gesellschaft ist Hamburg.



Key Facts CommonMedia

- Spezialist für Online Marketing Familien seit 2001
- Betreiber des Vertikals amicella.de mit 4,55 Mio. Unique Usern (AGOF)
- Exklusiver Vermarkter des in 24 Ländern vertretenen und in UK führenden Familienportals BabyCenter (D.A.CH)
- Vermarktung von über 60 Webseiten



Themenübersicht

Was macht ein Vermarkter?

- Dienstleister für Webseite und Kunden
- Agenturkunde
- Direktkunde
- Kampagnenabwicklung

Welche Voraussetzungen müssen für die Vermarktung erfüllt sein?

- Reichweite
- Technische Voraussetzungen

Welche Werbemöglichkeiten gibt es?

- Beispiele & Erklärungen

Welche Abrechnungsmodelle gibt es?

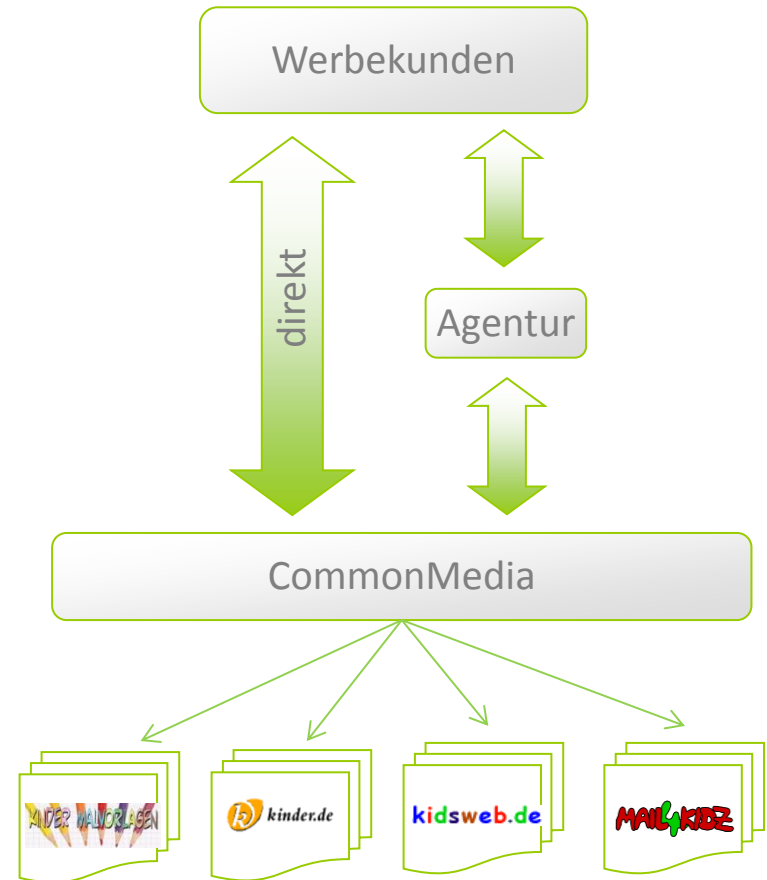
Wie funktioniert der Onlinewerbemarkt?

Fragen und Antworten...



Was macht ein Vermarkter?

- Dienstleister für die Webseite
- Akquise von Werbekunden
- Vermittlung und Abschluss von Verträgen über Werbeschaltungen
- Innovative und angepasste Werbekampagnen für Kunden erstellen
- Support der Webseite bei technischen Problemen
- Erstellung von Rechnungen über gebuchte Werbeschaltungen
- Abrechnung mit dem Betreiber der Webseite

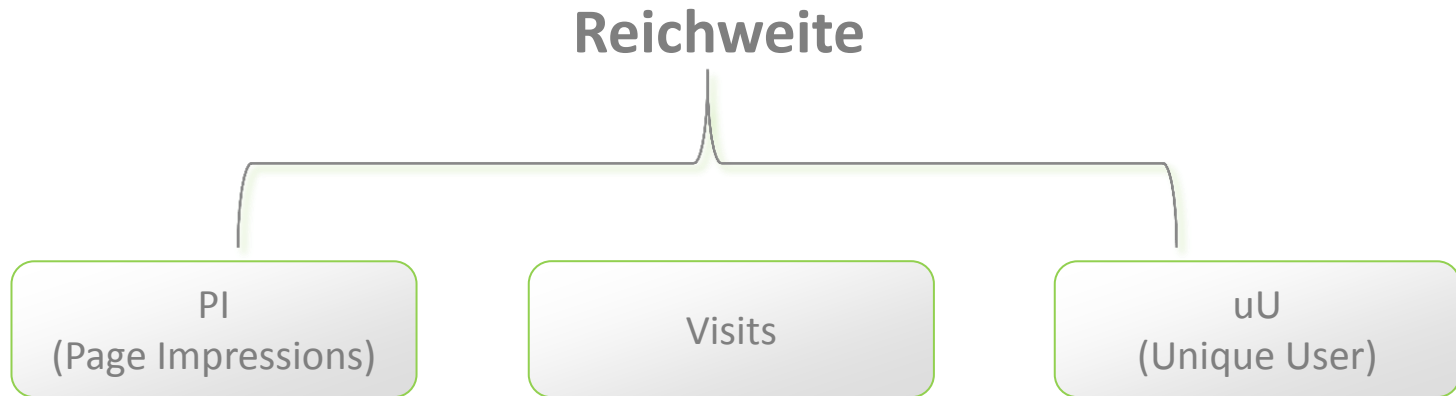


Was macht ein Vermarkter?

...und warum macht man die Vermarktung nicht alleine?

1. Erstellung von Angeboten
2. Kampagne wird seitens der Agentur/ Direktkunden gebucht
3. Erfassung des Auftrags
4. Erstellung der Auftragsinformationen für die Webseite/Webseiten
5. Erfassung aller Daten für das Admanagement und die Buchhaltung
6. Anfordern der Werbemittel bei der Planungsagentur/Kreativagentur
7. Einbau und Prüfung der Werbemittel
8. Erstellung von Screenshots nach Kampagnenstart
9. Erstellung der Rechnungen
10. Erstellung und Versendung von wöchentliches Reporting an die Agentur/Kunden
11. Optimierung während der Kampagne auf Performance
12. Abstimmung der Reportings mit den Agenturzahlen
13. Erstellung der Gutschriften für die Seitenbetreiber und entsprechende Überweisung

Welche Voraussetzungen müssen für die Vermarktung erfüllt sein?



- Angebotserstellung
- Relevanz der Seite
- Affinitätsindex der Seite
- Zielgruppe der Seite
- Bündelung von Websites

Welche Voraussetzungen müssen für die Vermarktung erfüllt sein?

Technische Voraussetzungen

- Integration der Werbemittel
- Werbemittel im direkt sichtbaren Bereich
- Implementierung von Ad TAGs

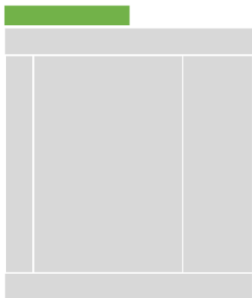
Welche Werbemöglichkeiten gibt es?

- Standard-Werbemittel
- Sponsorings - auch mit Hilfe von Werbemitteln
- Special – zum Beispiel zum Thema Jahreszeiten oder besondere Events
- Service – Onlinespiele, E-Cards, Ausmalbilder
- Interaktionen – Umfragen, Gewinnspiele, Fotowettbewerbe

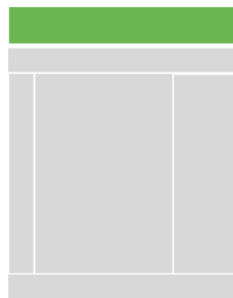
Welche Werbemöglichkeiten gibt es?

Standard Werbemittel

Merkmal: Keine Überlagerung des Content



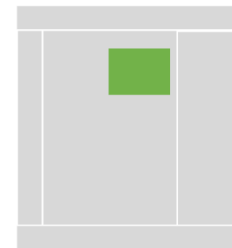
Fullsize Banner
468x60px



Superbanner
728x90px



Skyscraper
120x600px



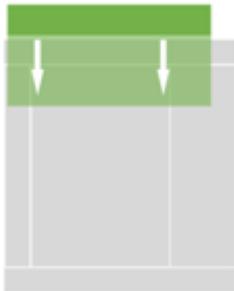
Content Ad
300x250px

Grundsätzlich ist die Zentrierung der Website von Vorteil

Welche Werbemöglichkeiten gibt es?

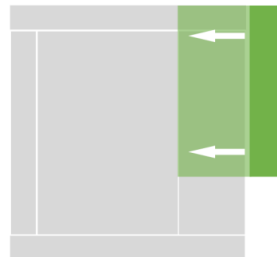
Expandable Standard Werbeformen

Merkmal: Interaktion/Hohe Aufmerksamkeit



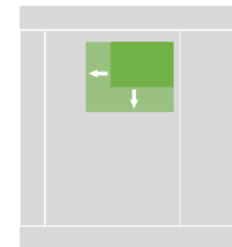
Expandable Superbanner

728x90px auf 728x300px



Expandable Skyscraper

160x600px auf 400x600px



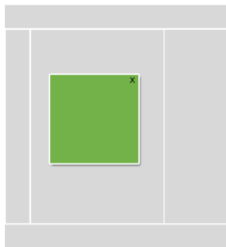
Expandable Content Ad

300x250px auf 400x400px

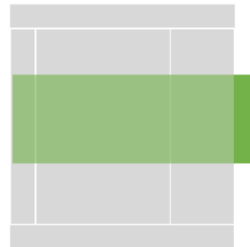
Welche Werbemöglichkeiten gibt es?

Sonderwerbeformen

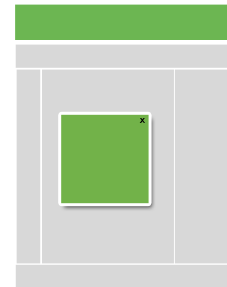
Merkmal: Überlagerung des Contents/Hohe Aufmerksamkeit



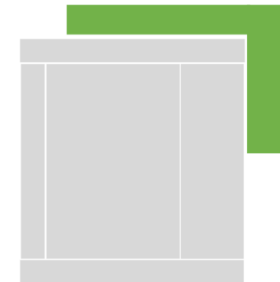
Layer Ad
400x400px



Banderole Ad
770x250px



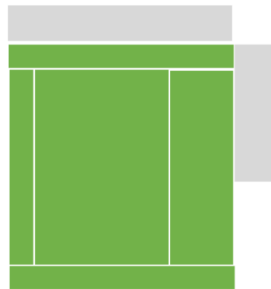
Tandem Ad
729x690px
und
400x400px



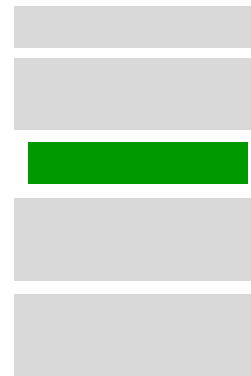
Hockeystick
728x900px
und
200x600px

Welche Werbemöglichkeiten gibt es?

Advertorials // Newsletter Anzeigen



Advertorial o .Gewinnspiel
Bild/Text Teaser + Microsite



Newsletter Anzeige
Bild/Text Teaser oder Banner

Welche Werbemöglichkeiten gibt es?

...Beispiele

Entdecke die neue Vielfalt!

Familienkultur

Überblicks-Kalender: Oktober 2011

Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	Su
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

Kinderkultur, Kultur, Natur, Halbesbühl, Parks & Zoo, Sport & Spiel, Technik, Winter aktiv, Weihnachten

Start

FAMILIENKULTUR

ANZEIGE - CHUGGINGTON SPIELSETS VON TOMY

TOBY: WECHSELN ANZEIGEN
- Anzeige - Chuggington Spielsets von TOMY
Fattigungsaktion am feinsten Berg - amica.de und TOMY verlassen fünf Mal das neue Chuggington Spielset!
Weitere Informationen

ANZEIGE - EINFACH MAL ABSCHALTEN - ENTSPANNUNG FÜR MUTTER

MAMA: WECHSELN
- Anzeige - Einfach mal abschalten - Entspannung für Mütter
Mütter haben viel um die Ohren, da fällt es schwer, auch mal an sich zu denken und sich Ruhepausen zu gönnen. Mit ein paar Tricks ist das aber ganz leicht möglich.

amicella Network

Profilzahlen Suche

Profilzahl eingeben

Schreibweise wählen

Bereit(e) wählen

Kindergartentag
 Natur
 Parkbesuch
 Sport und Spiel
 Winter aktiv
 Kultur
 Halbesbühl
 Parks und Zoo
 Technik
 Weihnachten

Suchen

Mein Bereich

Meine Beiträge
 Meine Kommentare
 Meine Newsletter

MAILKIDZ

Das verrückte Zoo-Spiel!

ZOO MUMBA

HEUTE KOSTENLOS MITSPIELEN

MAILKIDZ

Willkommen

Spitzname:

Kennwort:

Neu registrieren
Kennwort vergessen

MAILKIDZ

Willkommen

Spitzname:

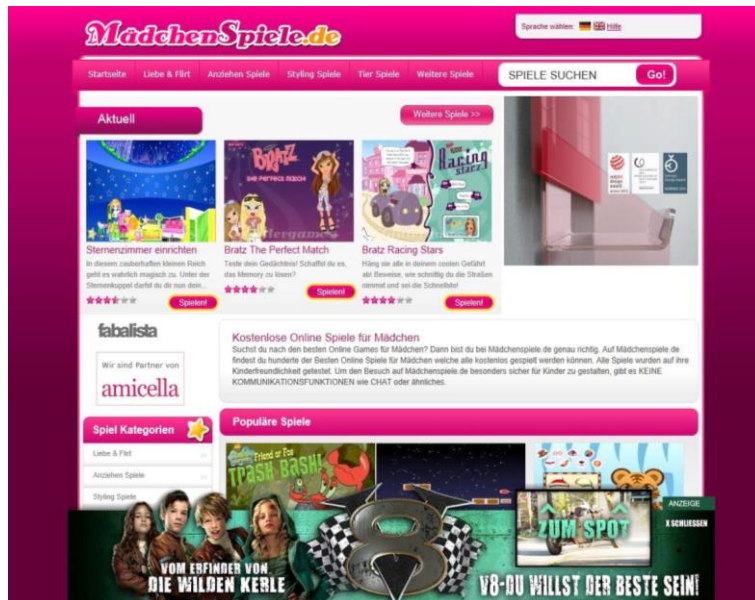
Kennwort:

Neu registrieren
Kennwort vergessen

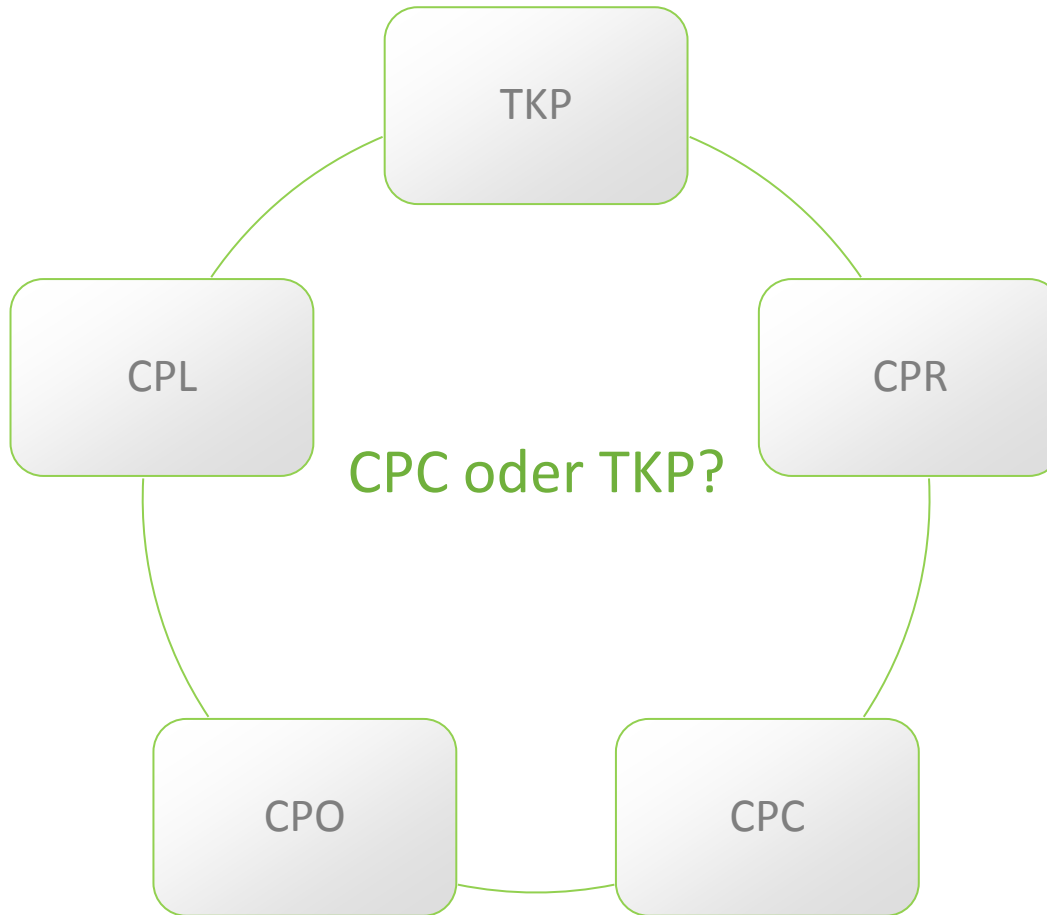
Startseite | Mail an MailKIDZ | MailKIDZ Regeln | Bereinigen / Infos | Impressum | © MailKIDZ 2006-2011

Welche Werbemöglichkeiten gibt es?

...Beispiele



Welche Abrechnungsmodelle gibt es?



Kinder als Zielgruppe?



- ✓ Kinder haben selbst eine hohe Kaufkraft
- ✓ Kinder beeinflussen die Kaufentscheidung der Familie
- ✓ Kinder haben noch eine lange Konsumentenkarriere vor sich

Die größten Werbetreibenden Deutschlands mit der Zielgruppe u.a. Kinder

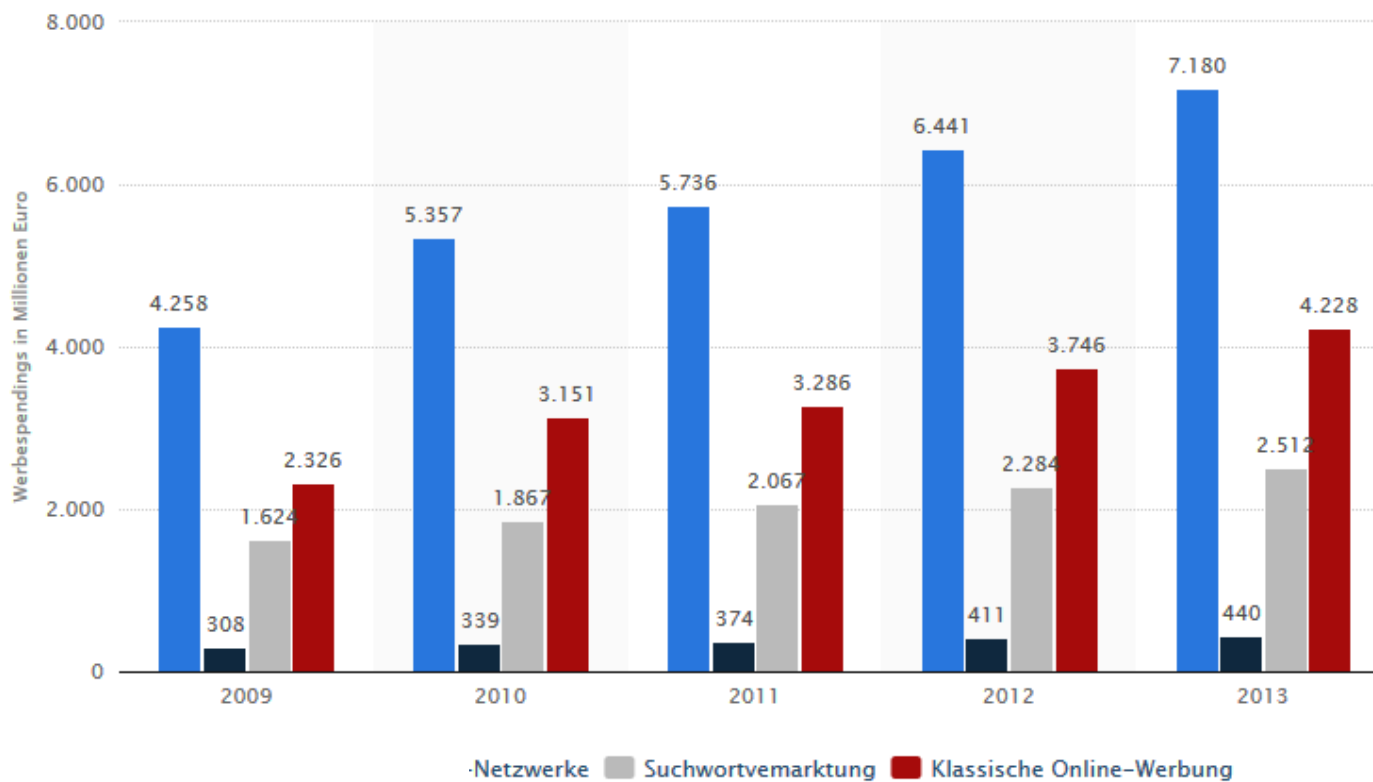
Auf Platz 2 in 2013: Ferrero

Der italienische Süßwarenhersteller **Ferrero** stockte seine **Werbeausgaben** auf inzwischen **413,9 Millionen Euro** auf. Fernsehen bleibt die wichtigste Sparte, aber **41 Millionen** wurden im **Internet** investiert. Im Vergleich dazu in 2012 nur 29,1 Millionen

Bildquelle: Ferrero, Statistik: statista

Wie wird online geworben?

Online-Werbeausgaben gesamt in Deutschland von 2009 bis 2012 und Prognose für 2013 (in Millionen Euro)



Quelle:

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Patricia Eggebrecht
Geschäftsführerin der CommonMedia GmbH

KONTAKT

CommonMedia GmbH
Spadenteich 4-5
20099 Hamburg

Telefon: 040 – 25 30 659-60
Email: info@commonmedia.de