MOBILE AND MULTISCREEN-MARKETING

JADUDA

YOUR MESSAGE IS OUR PASSION

ÜBER UNS

GOLDBACH GROUP

JADUDA

- Hauptsitz in Berlin, 26 Mitarbeiter
- Jaduda wurde 2009 gegründet. 2012 Zusammenschluss mit Sponsormob (Gründung 2006).
- Start für DSP Plattform Splicky.com im Jahr 2013
- Zu 85% von der Goldbach Gruppe (09/2015) übernommen.
- 2018 Beginn mit programmatic DooH

- Zugriff auf nationale & internationale Publisher
- Innovative Mobile Display-, Rich-Media-, Native, AR- und Video-Formate
- In-House Technologie-Entwicklung und enge Technologie-Partnerschaften
- Langjährige Erfahrung in Digital- und Mobile-Marketing
- Pioniere in Mobile Performance-Marketing Kampagnen
- Ausgeprägte Gründermentalität
- Servicegedanke im Vordergrund
- First-Mover im Bereich Programmatic DooH und CTV

JADUDA

EINFACHER ZUGRIFF

AUF HOCHWERTIGEN MOBILE CONTENT UND APPS (AUSWAHL)

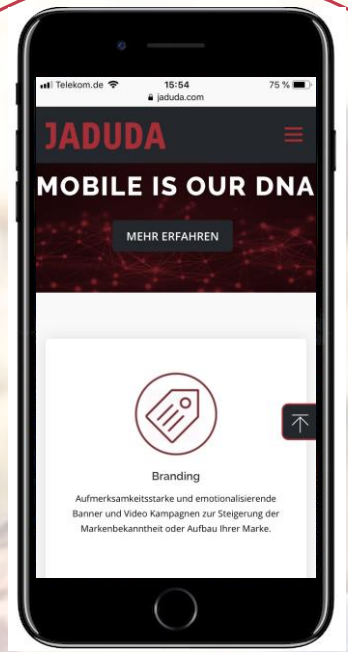
Interne Daten: Requests DACH Dezember 2018

JADUDA

AGENDA FÜR MOBILE MARKETING

Mobile Brand Marketing

- Display & Native
- Rich Media Ads
- Mobile Video
- Location Based Ads
- Viewability-Optimierung auf allen Display Ads



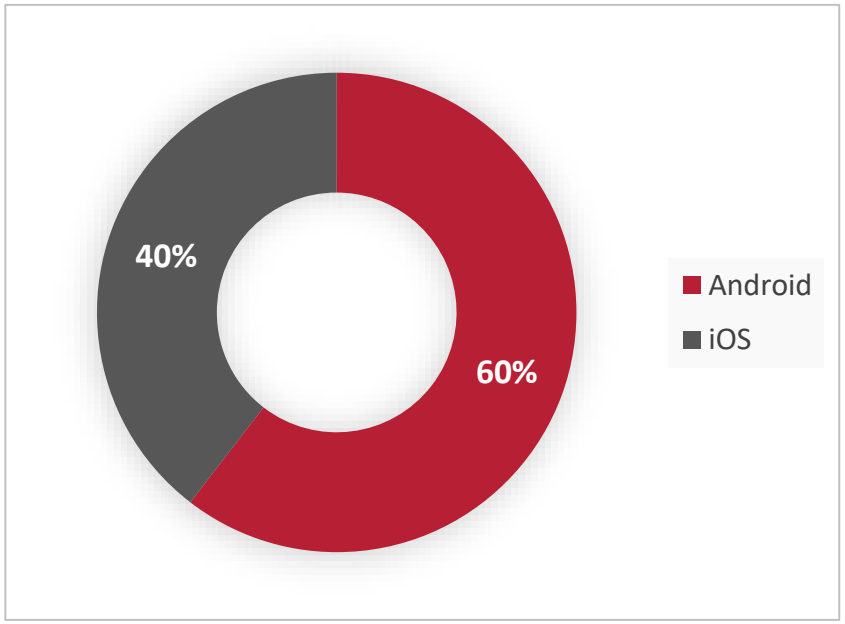
Crossmediales Marketing

- SynchScreen (TV+Mobile)
- OoH+Mobile
- Digital Out Of Home
- Radio+

Performance & Consulting

- Cost-per-Completed View
- CPC-Reach
- CPX-Optimierung
- Mobile Couponing
- Leadgenerierung
- ASO Consulting

AUDIENCES ERREICHEN



Audience
- Adsquare
- Jaduda DB
- Publisher Data
- Client Data

Geographie
- GPS
- Wifi
- Adsquare
- Zusatzinfos

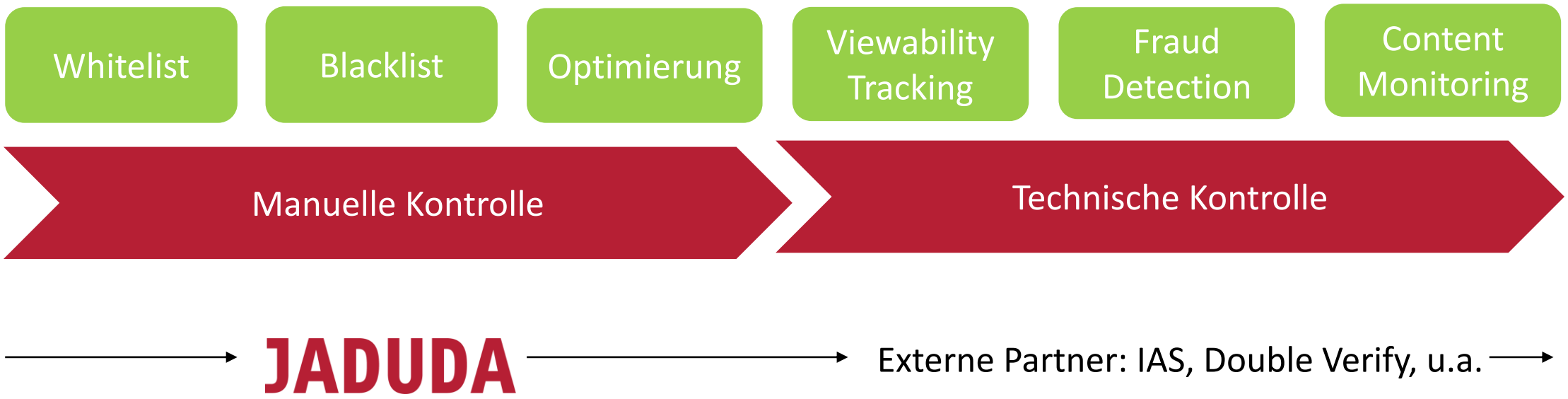
JADUDA

Behaviour
- Jaduda DB
- Publisher Data
- Goldbach

Technologie
- Betriebssystem
- Hersteller
- Netzbetreiber
- Verbindung zum Internet

BRAND SAFETY

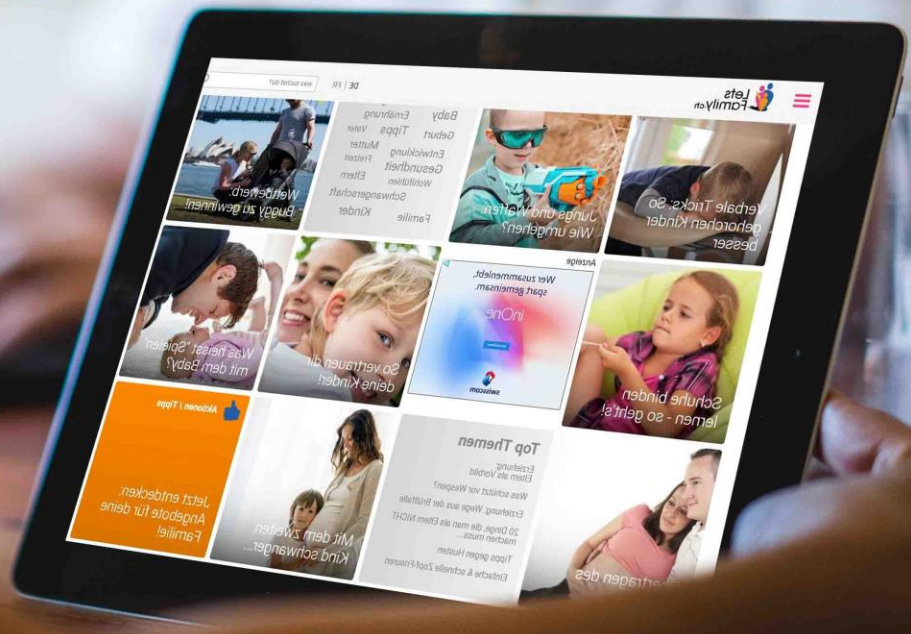
Mit verschiedenen Maßnahmen sorgen wir für eine saubere Auslieferung der Kampagnen



JADUDA

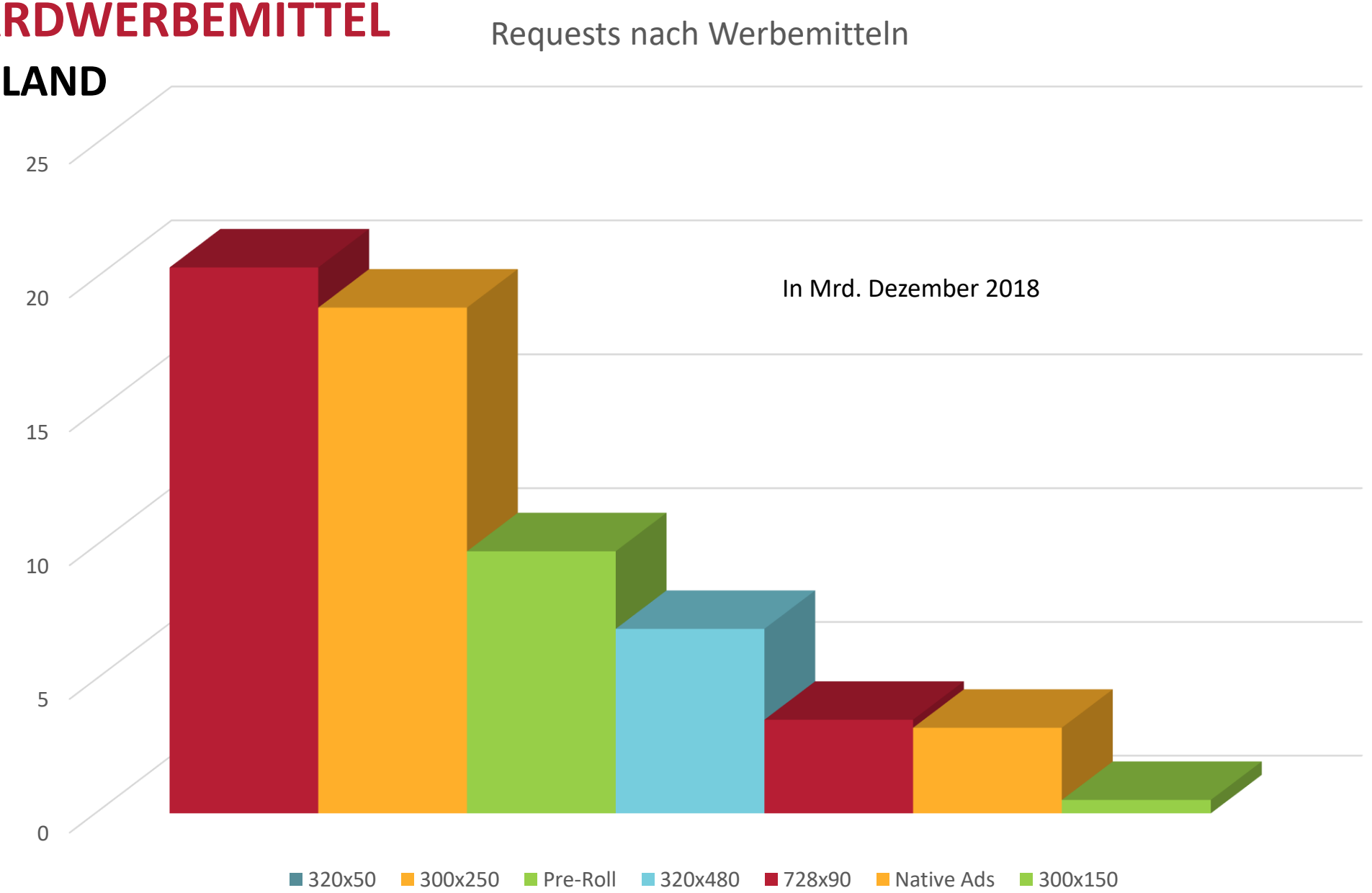
BRAND & PERFORMANCE MARKETING

MARKEN- UND PRODUKTWELTEN INTERAKTIV ENTDECKEN, DANK INNOVATIVER RICH MEDIA TECHNOLOGIE UND NATIVE ADS



STANDARDWERBEMITTEL

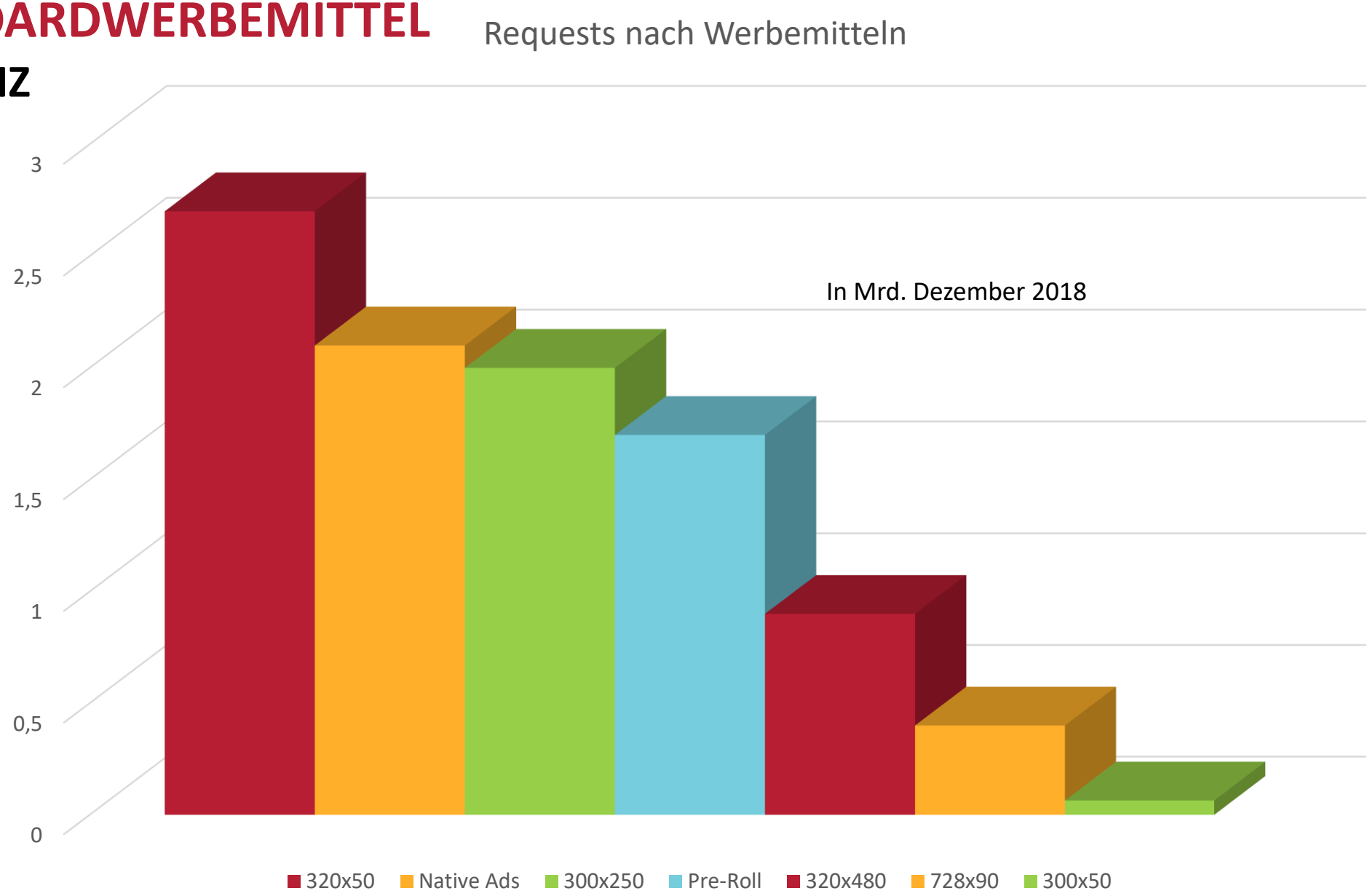
DEUTSCHLAND



JADUDA

STANDARDWERBEMITTEL

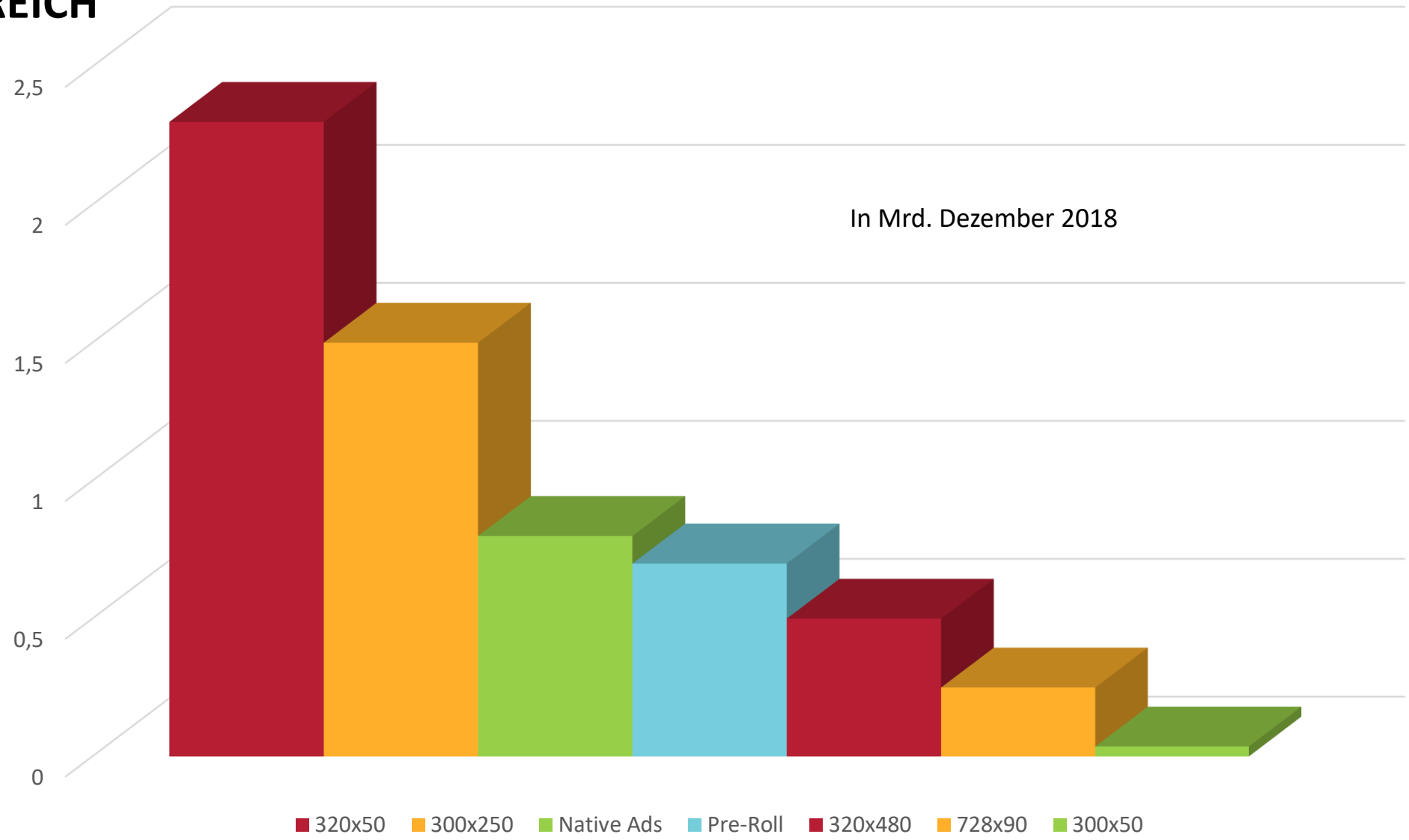
SCHWEIZ



JADUDA

STANDARDWERBEMITTEL

ÖSTERREICH



JADUDA

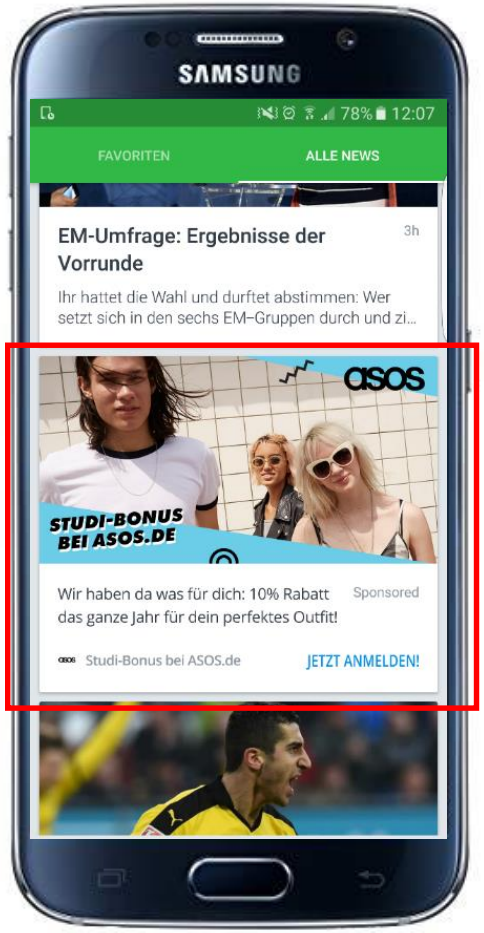
EMOTIONEN WECKEN MIT

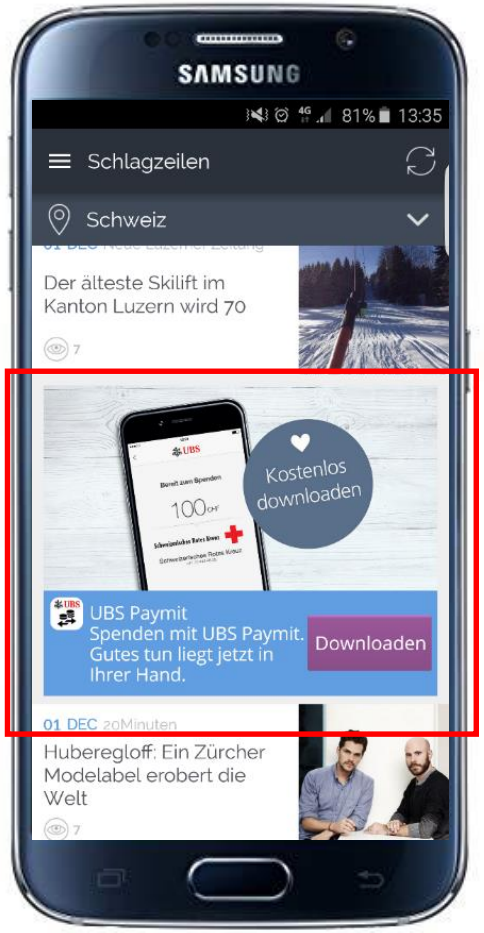
- NATIVE ADS
- BEWEGTBILD
- UNDERSTITIALS
- RICH MEDIA
- PLAYABLE ADS
- AUGMENTED REALITY
- LOCATION BASED ADS

JADUDA

NATIVE ADS
INNOVATIVES WERBEFORMAT ANGEPASST AN DEN PUBLISHER

- Native Ads sind eine kontextuelle Werbeform, sie enthalten Texte und visuelle Elemente
- Durch das große Native Ads Inventar wird die Reichweite Ihrer Werbung maximiert
- Hohe Interaktion durch die nahtlose Integration des Ad in den Inhalt des Publishers führen zu sehr guten Performance-Werten
- Native Ads können mit verschiedenen Targetings kombiniert werden

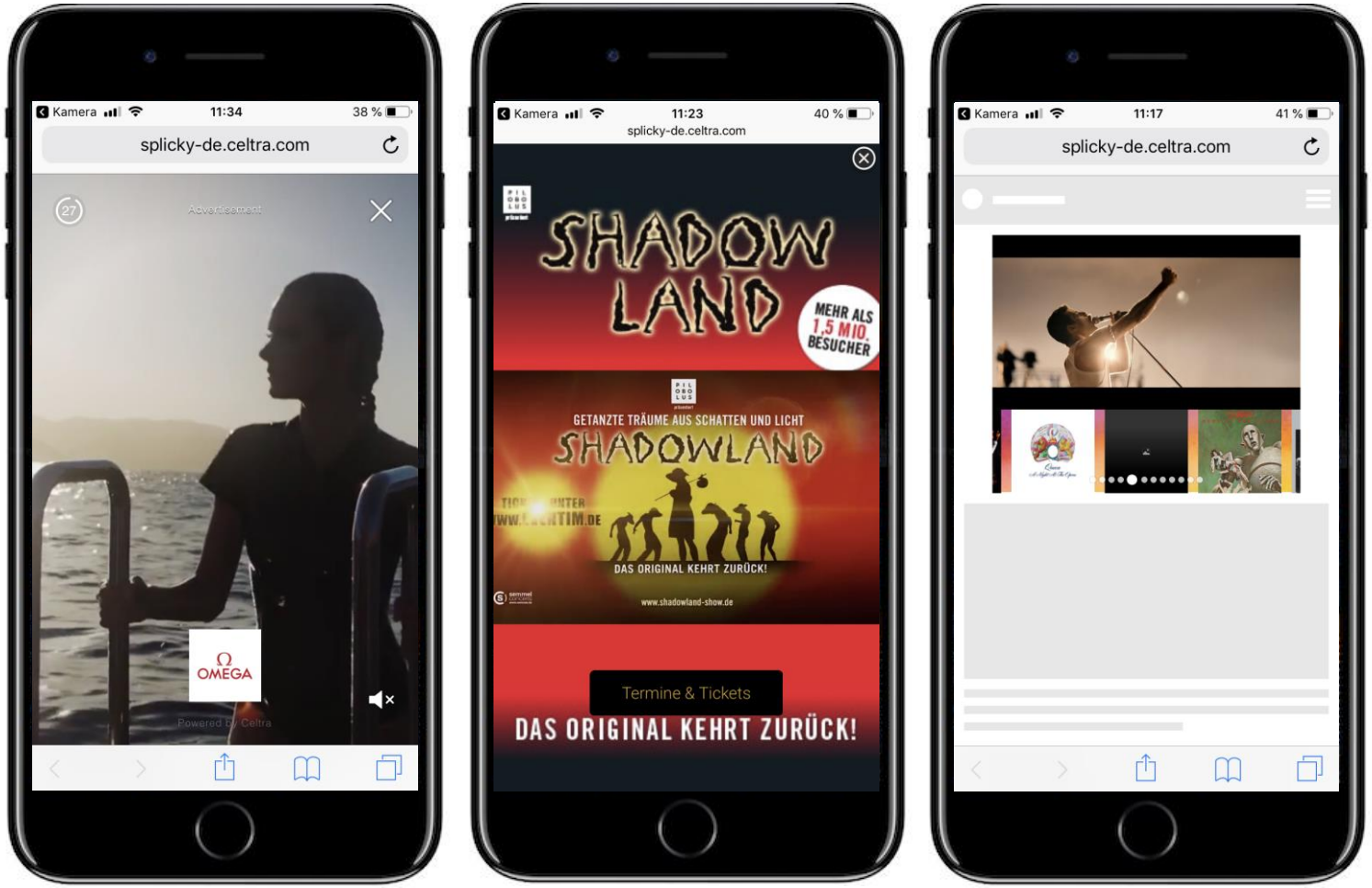




JADUDA

VIDEO ADS

EMOTIONEN WECKEN MIT BEWEGTBILD



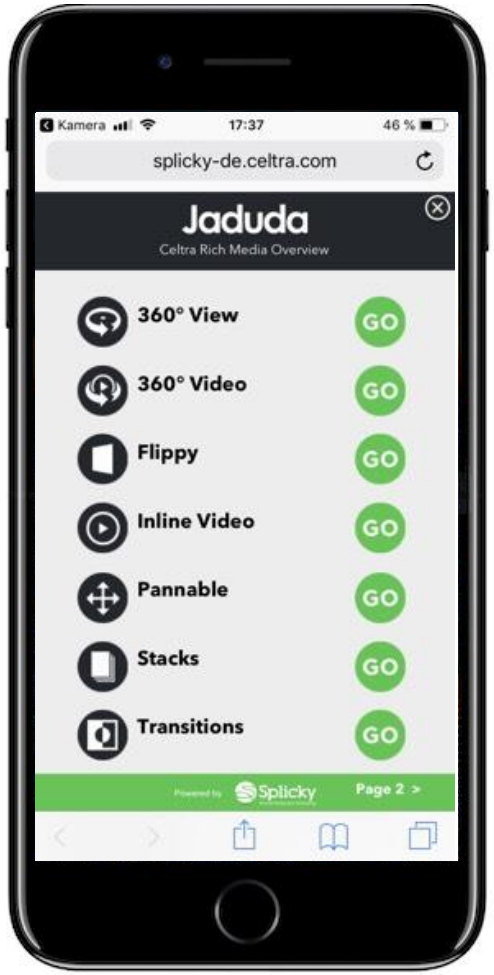
Specs & Möglichkeiten:

- VAST und VPAID
- Pre-, Mid-, und Postroll
- Content Video Ad (300x250)
- Vertical Video und Video Interstitial
- Instream Video
- Abrechnung auf CPCV möglich

JADUDA

SHAKE, SWIPE, VIDEO, INTERACT

VIELFÄLTIGE MÖGLICHKEITEN DANK RICH MEDIA



Demo:

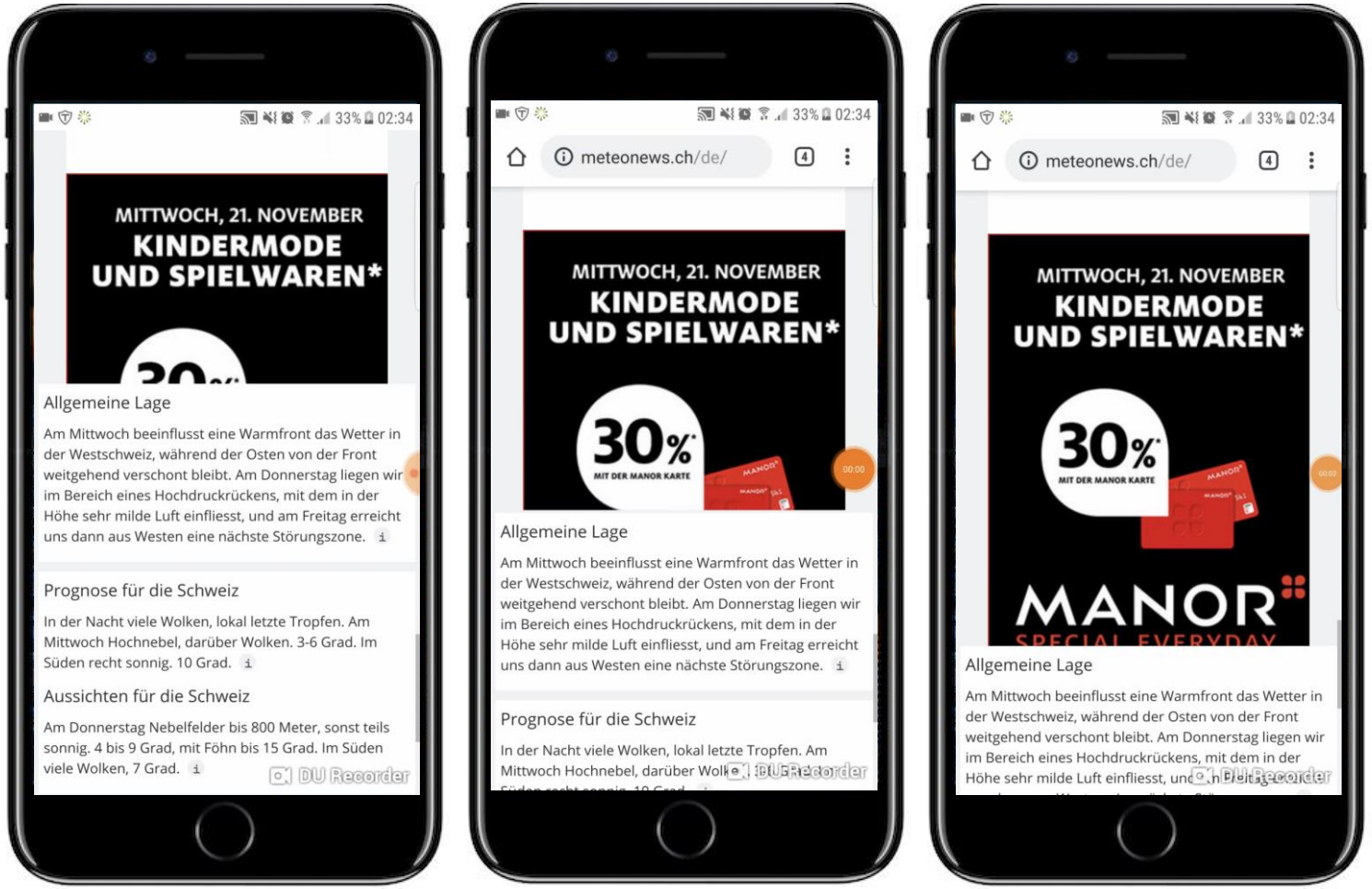
http://splicky-de.celtra.com/preview/9a0cf167

- Folgende Interaktionsmöglichkeiten werden unterstützt:
  - Swipe
  - Shake
  - 360° Ansichten
  - Social Media Integration
  - Location inkl. Navigation
  - Puzzles
  - Quiz
  - Couponing
- TAG in TAG Schaltungen sind möglich
- Kombinierbar mit allen Targetingoptionen
- Kompatibel mit allen Datenpaketen
- In-House Produktion

JADUDA

UNDERSTITIAL

AUFMERKSAMKEITSSTARK & NATIV



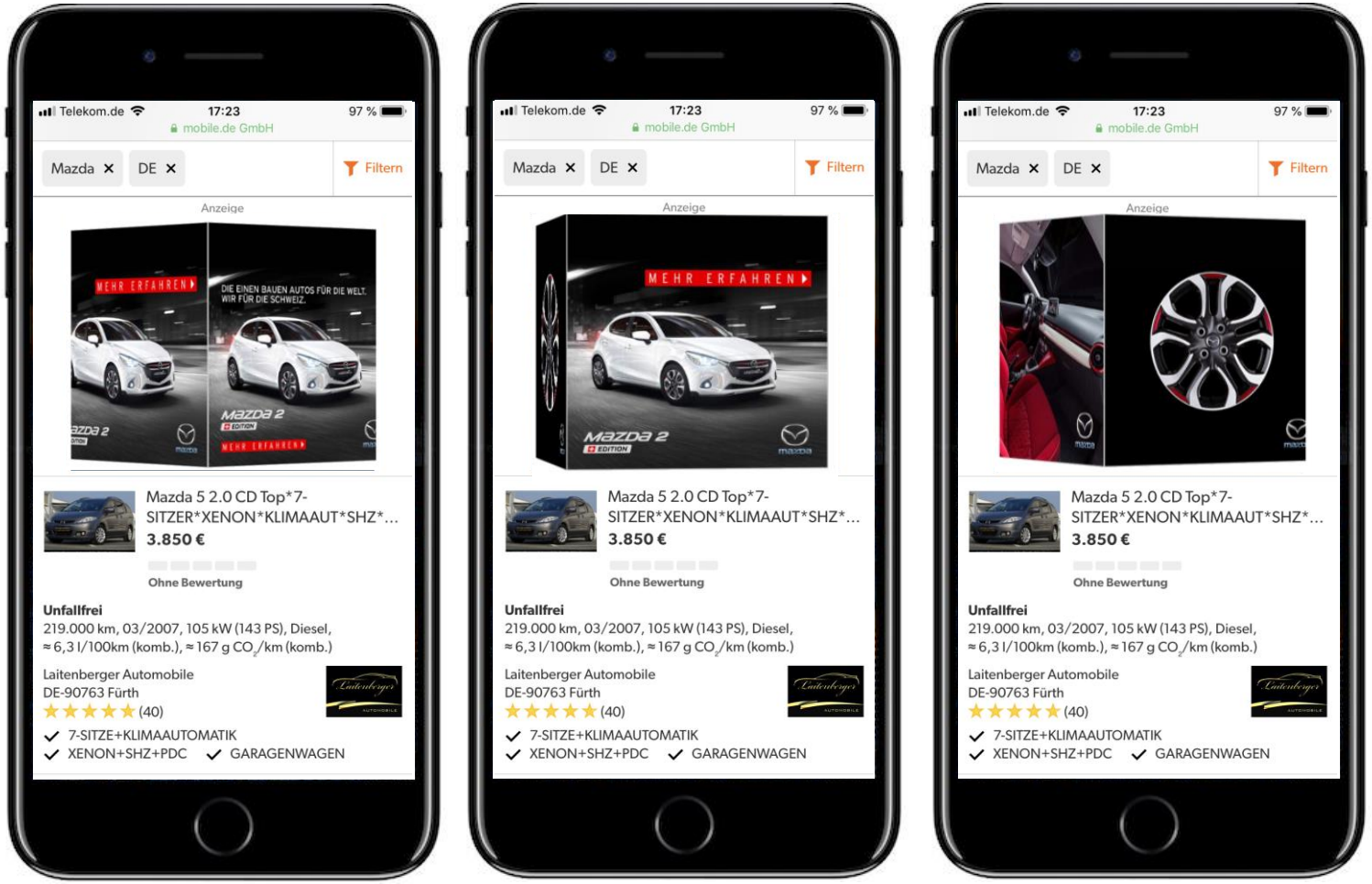
Specs & Möglichkeiten:

- Display und Video perfekt in den mobile Content integriert
- Aufmerksamkeitsstark
- Einbindung in den Content
- Fullscreen oder definierte Breite möglich
- 100% sichtbar

JADUDA

MOBILE RICH MEDIA

BEISPIEL 3D CUBE AD



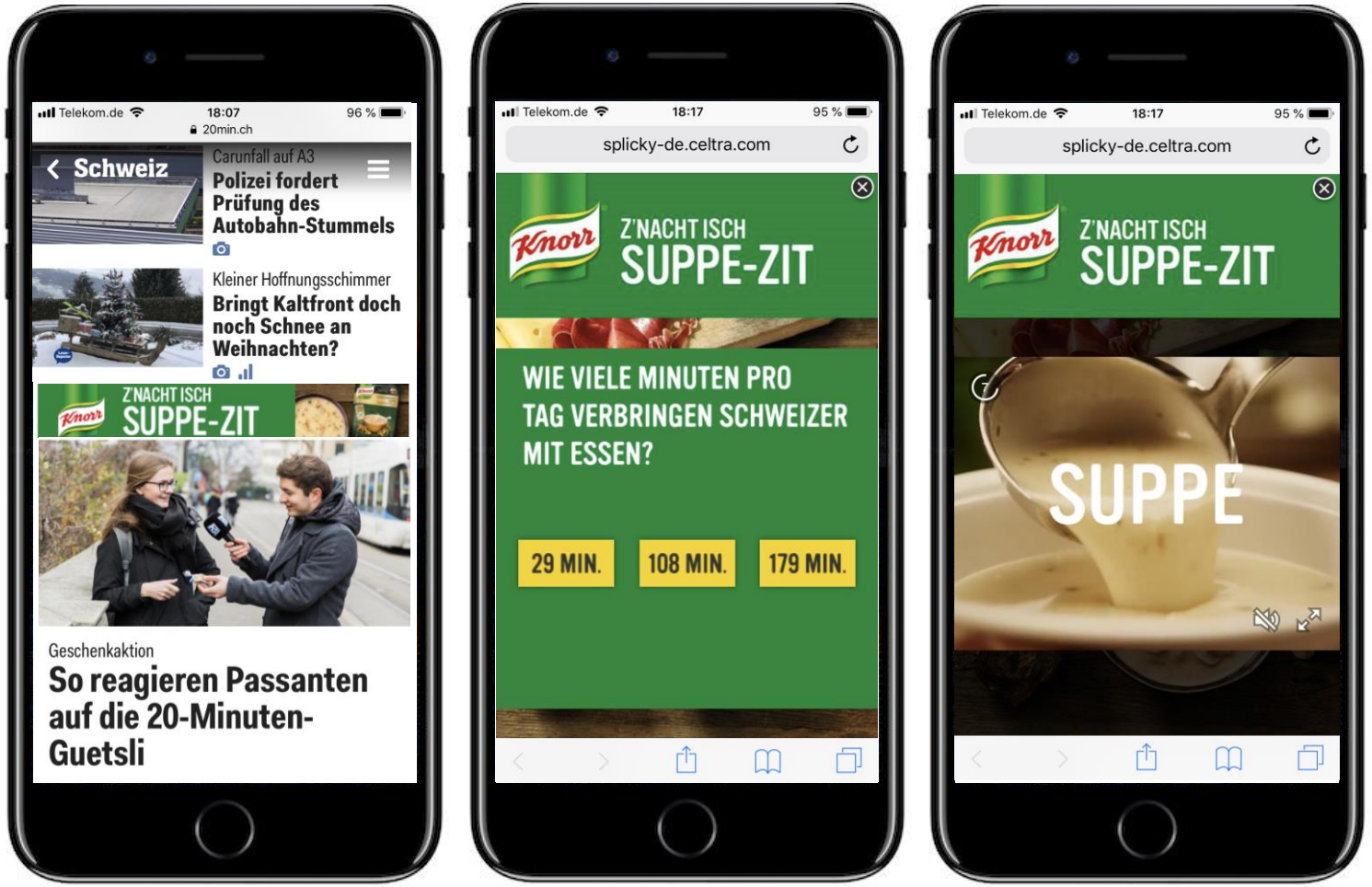
Specs & Möglichkeiten:

- Rectangle (300x250)
- 4 bespielbare Seiten
- Statische Grafiken
- Dynamische Grafiken
- Videos
- Google Maps Navigation

JADUDA

MOBILE RICH MEDIA

BEISPIEL STANDARD EXPANDABLE BANNER



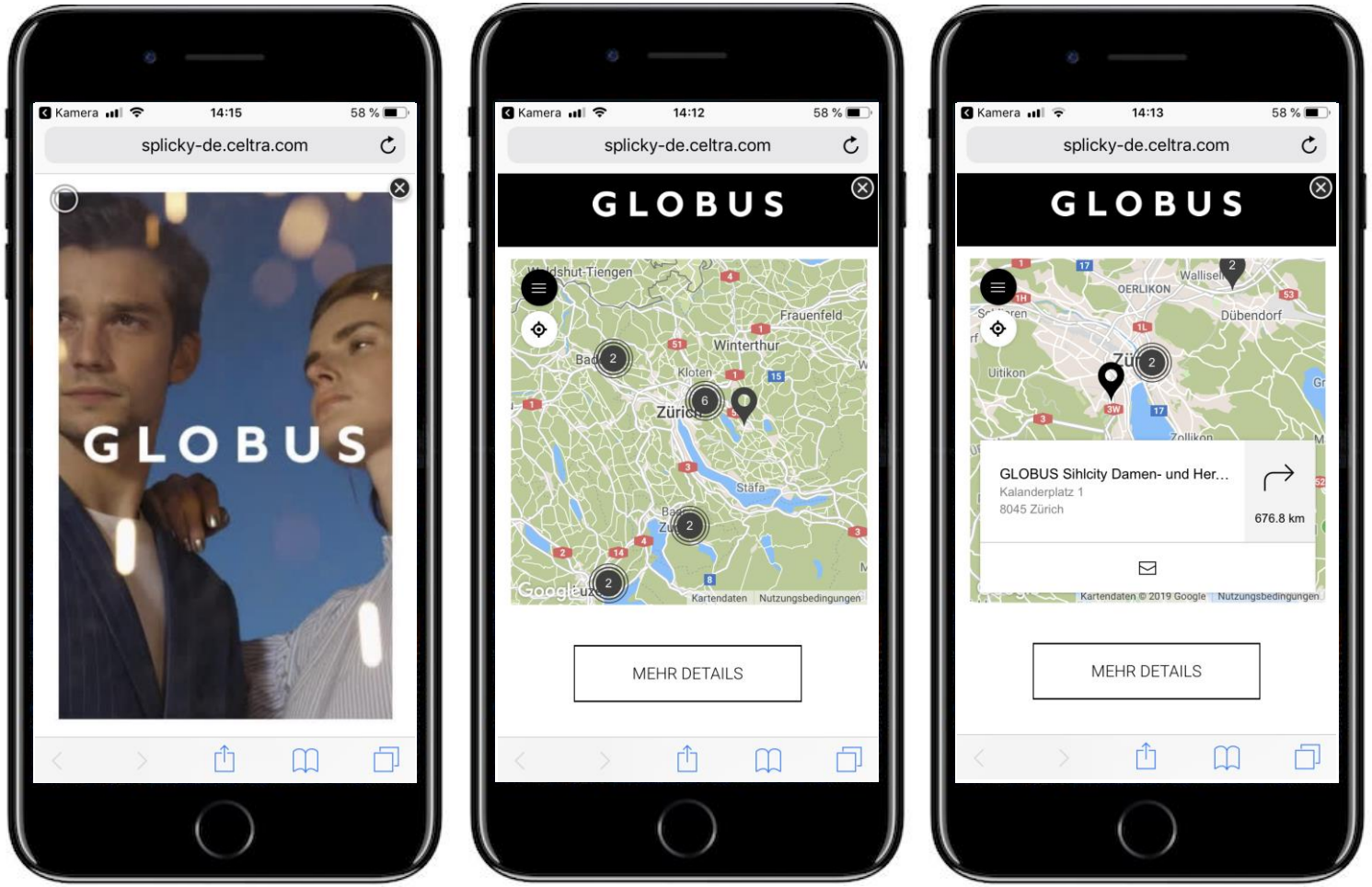
Specs & Möglichkeiten:

- Banner (320x50) vergrößert sich bei Klick oder automatisch auf Interstital (320x480).
- Statische Grafiken
- Dynamische Grafiken
- Integration von Videos, Quiz,Spiel, Navigation, Coupon etc. möglich

JADUDA

MOBILE RICH MEDIA

LOCATION WERBEMITTEL



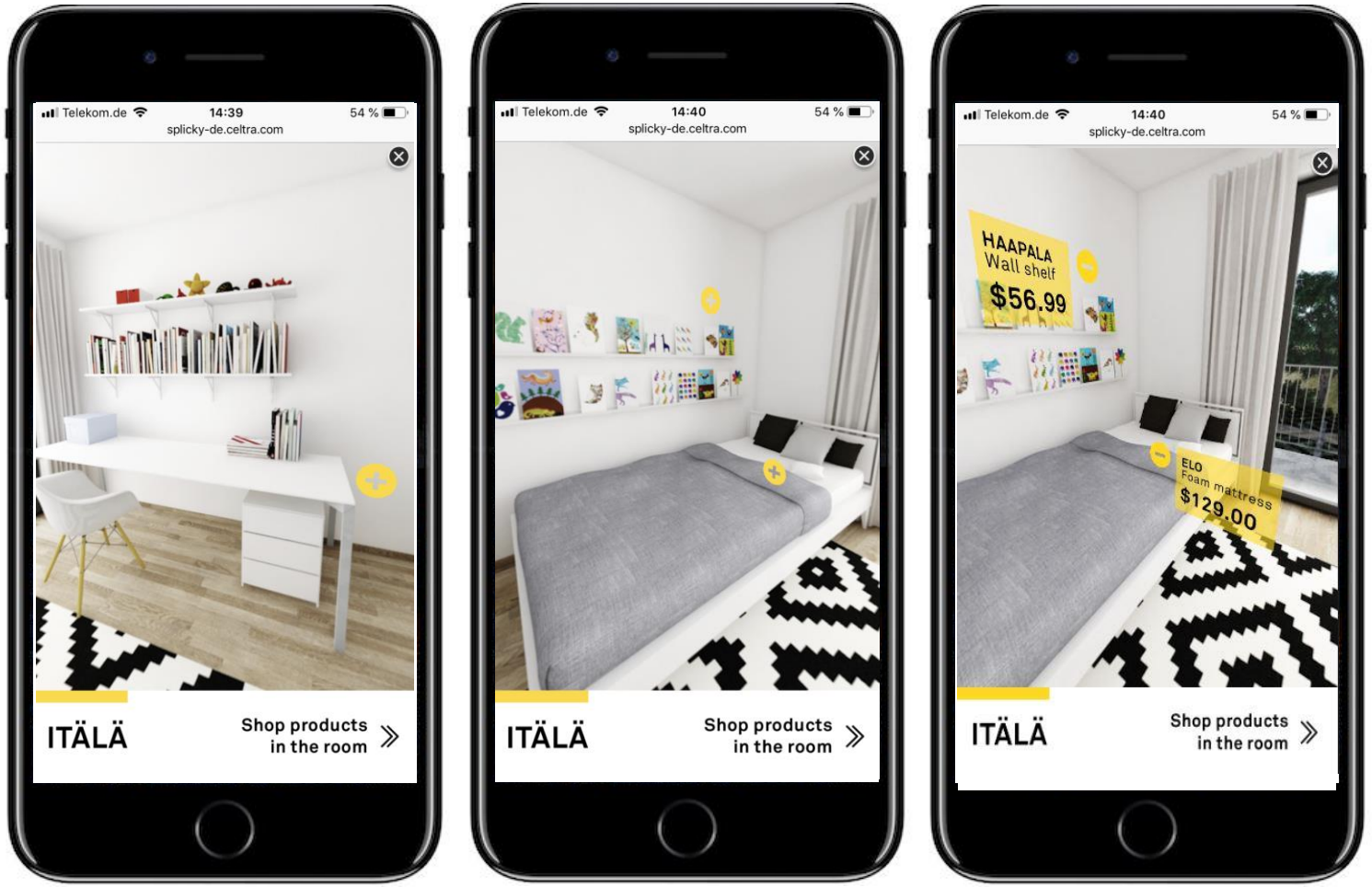
Specs & Möglichkeiten:

- Sowohl als Rectangle (300x250) als auch Interstitial (320x480) buchbar
- Statische & Dynamische Grafiken
- Videos
- Direkt Navigation dank Google Maps Integration möglich
- Einbindung weiterer Informationen pro Standort möglich

JADUDA

MOBILE RICH MEDIA

360 GRAD PANORAMA



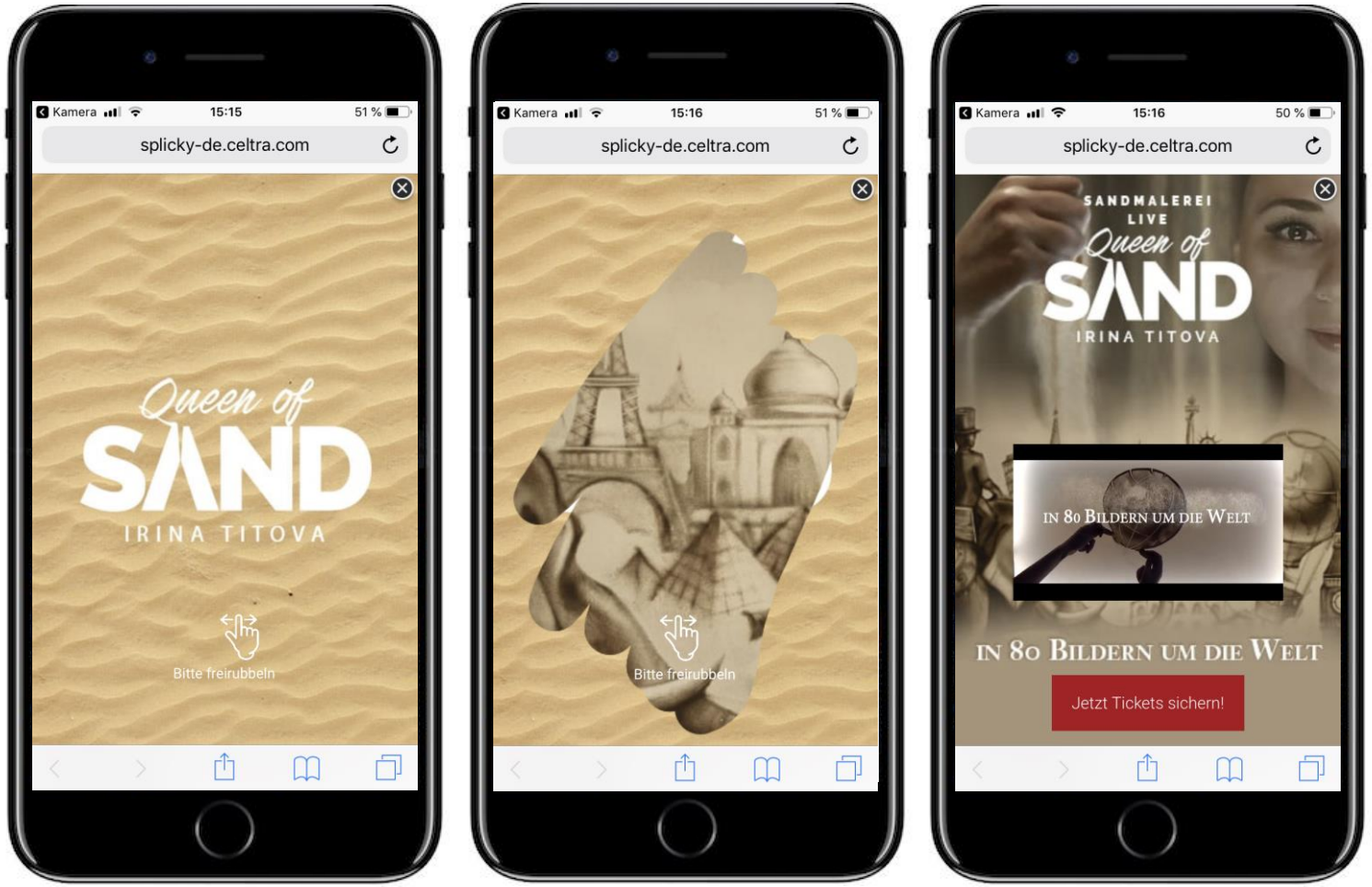
Specs & Möglichkeiten:

- Interstitial (320x480)
- Kugelpanoramabild wird benötigt
- Navigation durch den Gyrosensor des Smartphones
- Integration von einzelnen Elementen möglich

JADUDA

MOBILE RICH MEDIA

WIPEABLE AD INKL. VIDEO



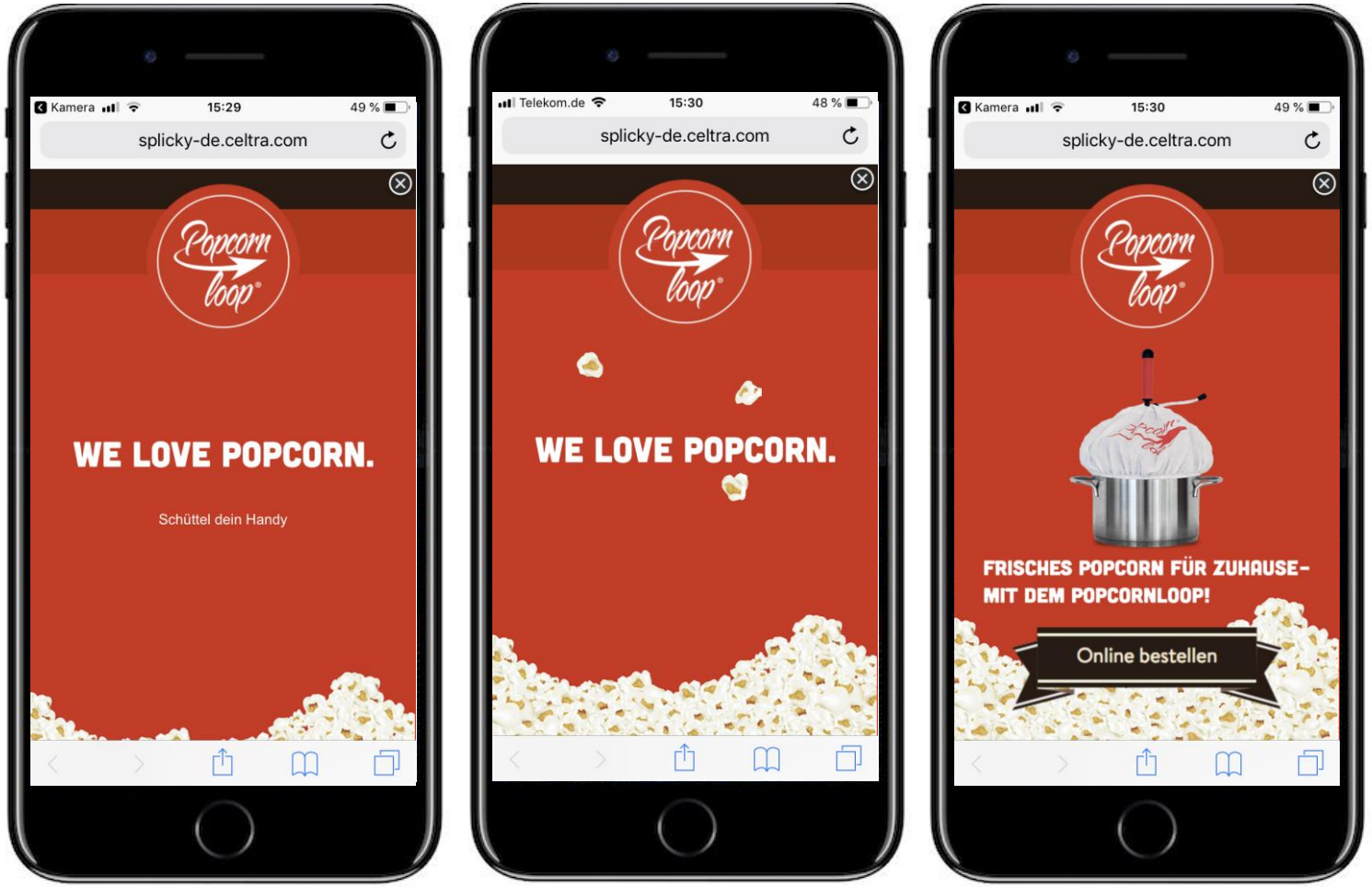
Specs & Möglichkeiten:

- Alle Formate möglich
- 25%, 50% oder 75% müssen freigewischt werden, bevor der zweite Screen sichtbar wird
- Videointegration ist optional

JADUDA

MOBILE RICH MEDIA

WIPEABLE AD INKL. VIDEO



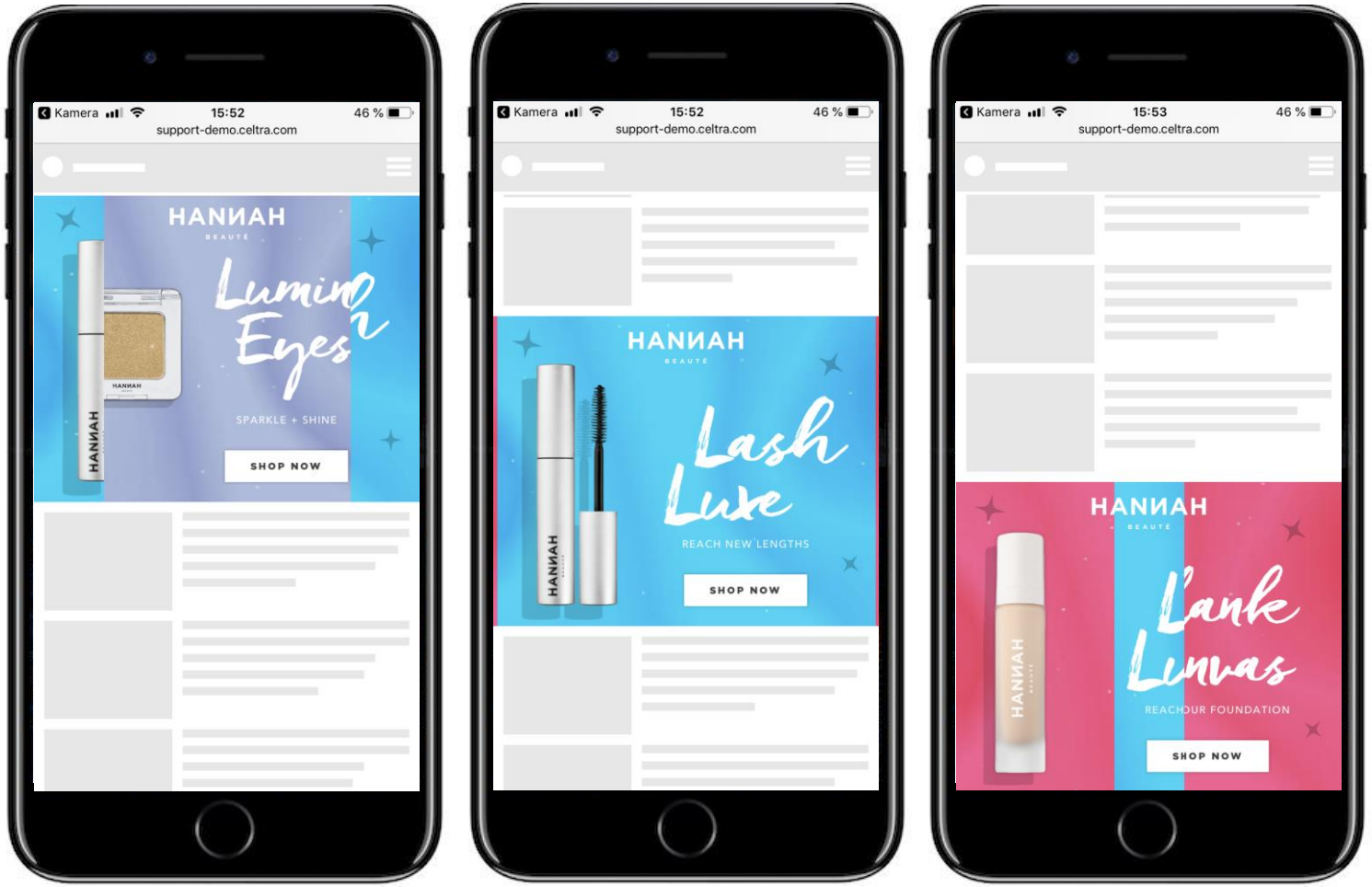
Specs & Möglichkeiten:

- Interstitial (320x480)
- Durch das schütteln des Smartphones wird eine beliebige Interaktion hervorgerufen
- Integration von Videos, Quiz, Spiel, Navigation, Coupon etc. möglich

JADUDA

MOBILE RICH MEDIA

TRANSITION AD



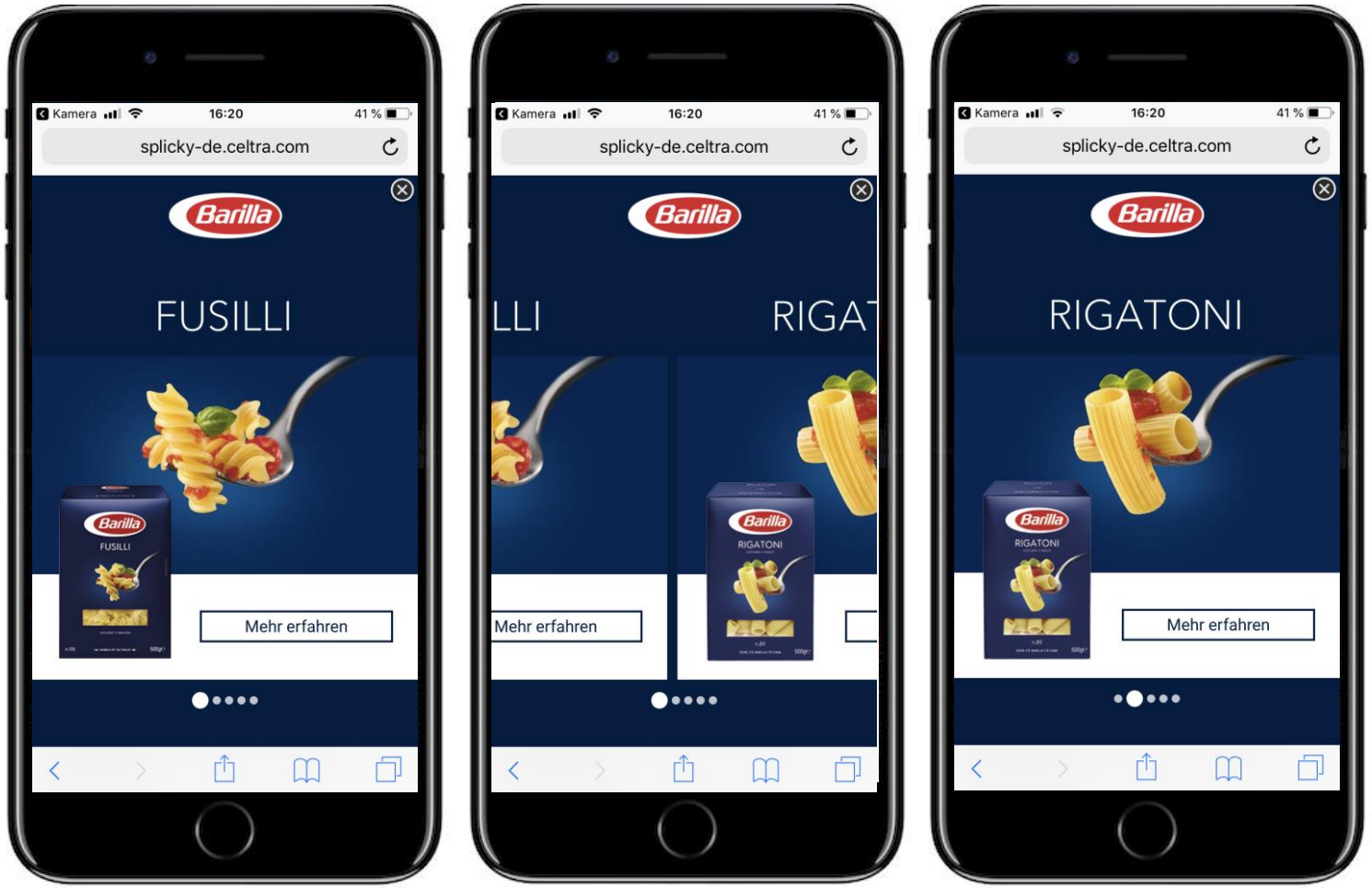
Specs & Möglichkeiten:

- Rectangle (300x250)
- Das Werbemittel verändert sich während der User scrollt
- Integration von bis zu 6 Bildern möglich

JADUDA

MOBILE RICH MEDIA

SWIPE GALLERY AD



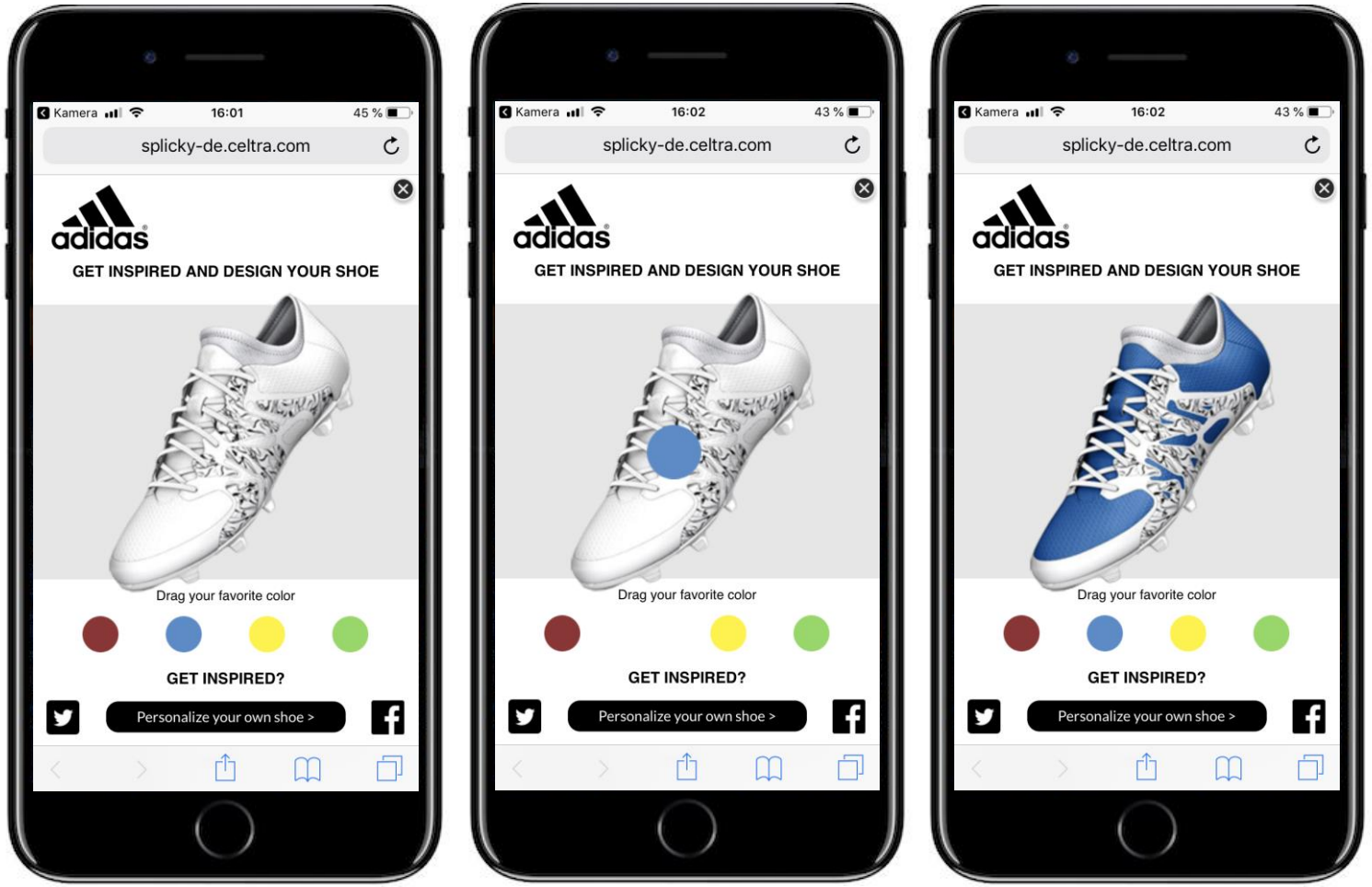
Specs & Möglichkeiten:

- Alle Formate möglich
- Verschiedene Produkte können durchgescrollt werden
- Integration von Videos sind möglich

JADUDA

MOBILE RICH MEDIA

DRAG AD



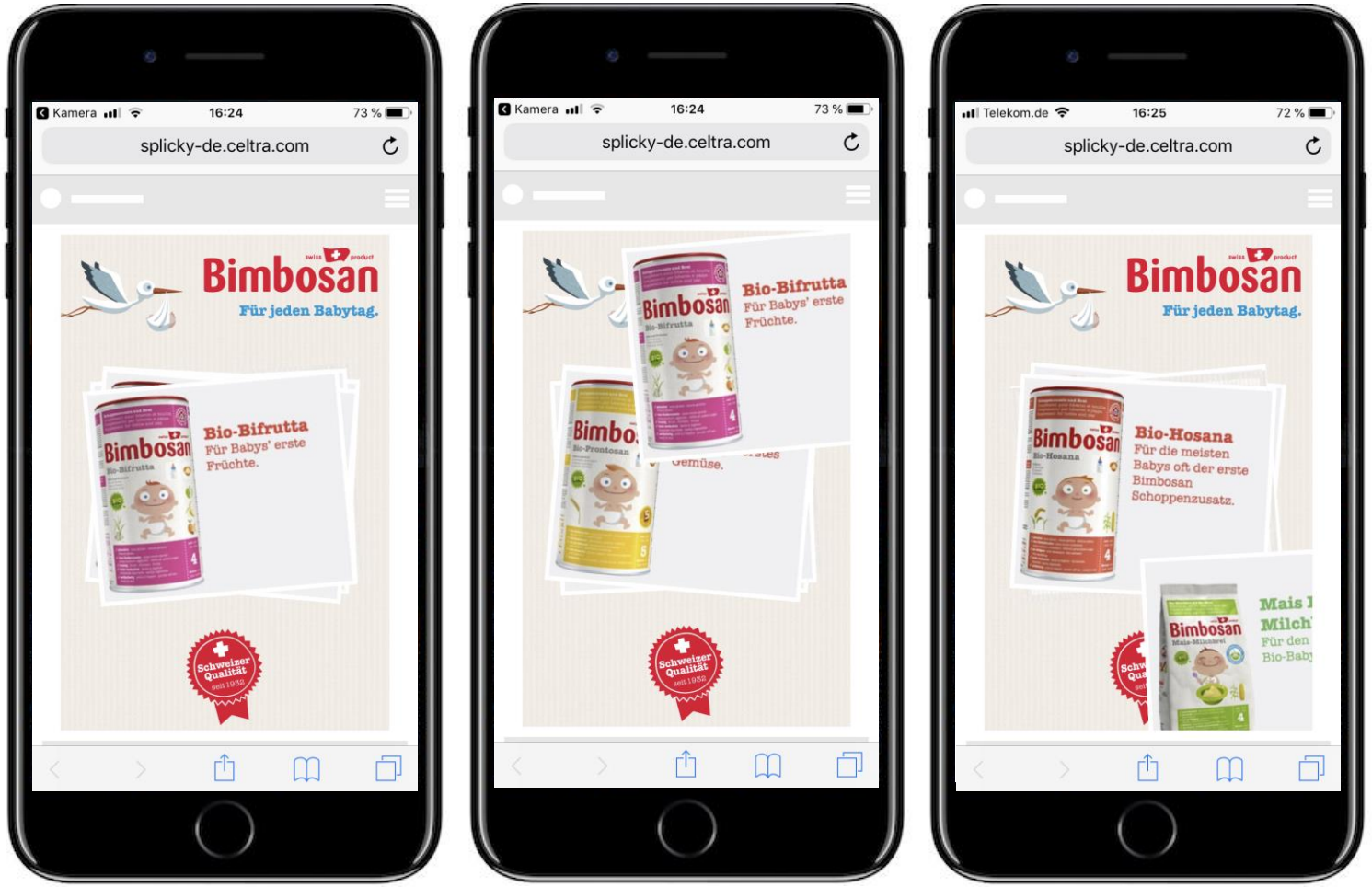
Specs & Möglichkeiten:

- Alle Werbemittel möglich
- Produkt kann in verschiedenen Farben konfiguriert werden
- Alternativ können auch andere Bestandteile verändert werden

JADUDA

MOBILE RICH MEDIA

STACK AD



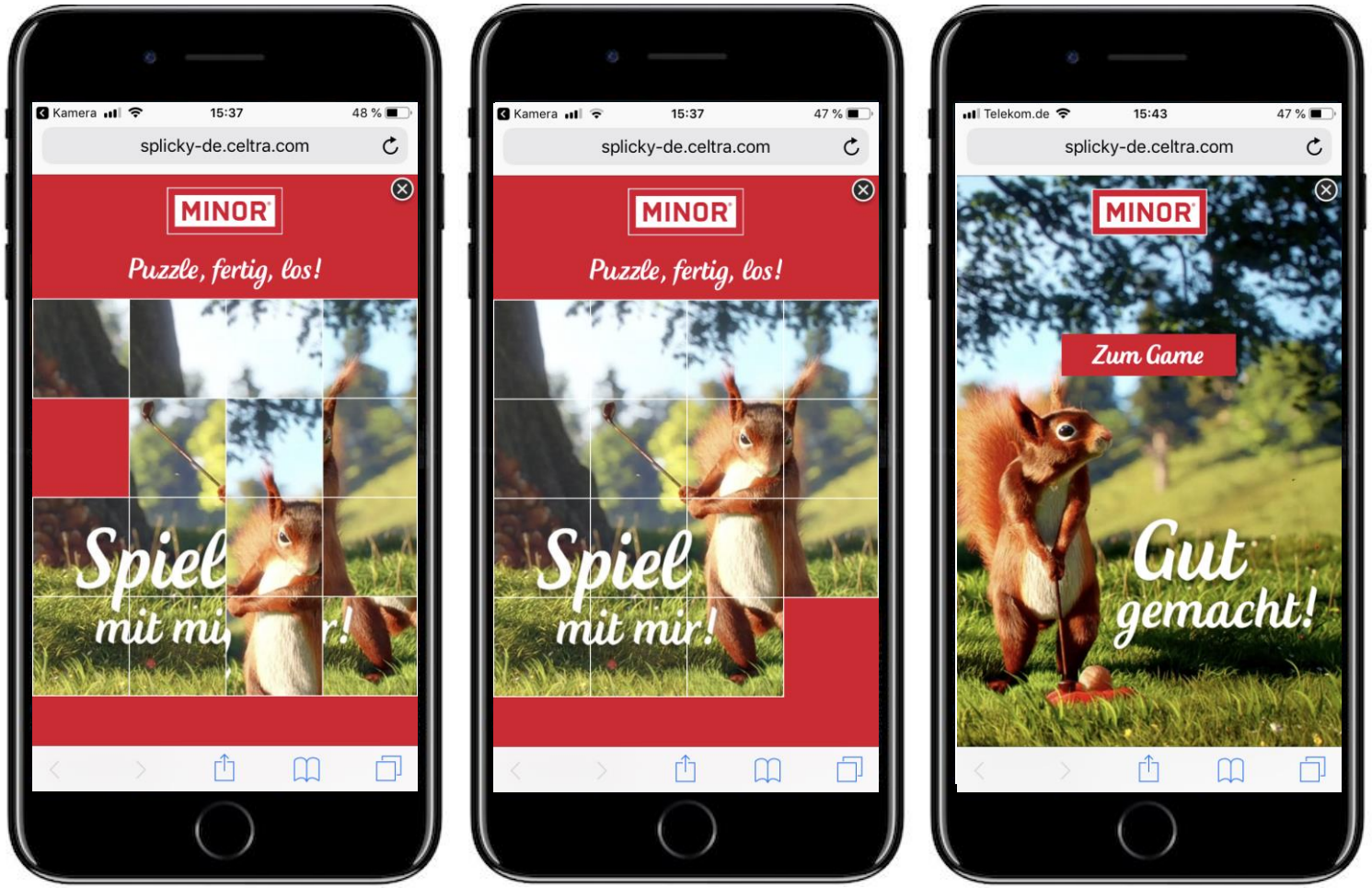
Specs & Möglichkeiten:

- Alle Werbemittel möglich
- Verschiedene Produkte können nacheinander gezeigt werden
- Integration von Videos oder Coupons möglich

JADUDA

MOBILE RICH MEDIA

PUZZLE AD



Specs & Möglichkeiten:

- Interstitial (320x480)
- Verschiedene Schwierigkeitsstufen einstellbar
- Nach erfolgreicher Lösung gelangt der User auf einen zweiten Screen
- Hier ist die Integration eines Coupons oder Videos möglich

JADUDA

MOBILE RICH MEDIA

OVERRIDE AD

Specs & Möglichkeiten:

- Alle Werbeformate möglich
- Ideal für vorher / nachher Bilder
- Keine Videointegration

MOBILE RICH MEDIA

BENUTZERDEFINIERTE WERBEMITTEL

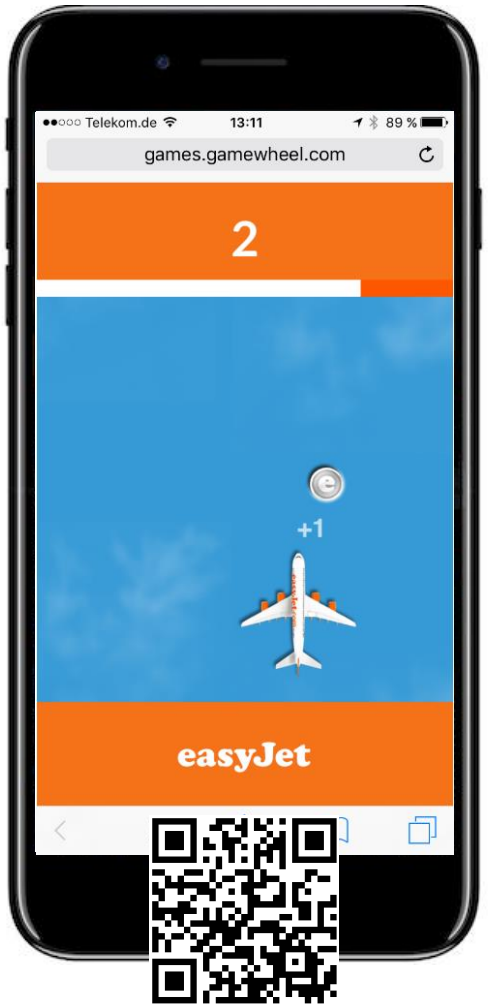
Specs & Möglichkeiten:

- Alle Formate
- Individuelle Programmierung
- Keine Grenzen (VR, Panorama Video, Call Ad, uvw.)

JADUDA

PLAYABLE ADS

INDIVIDUELLE PROGRAMMIERUNG



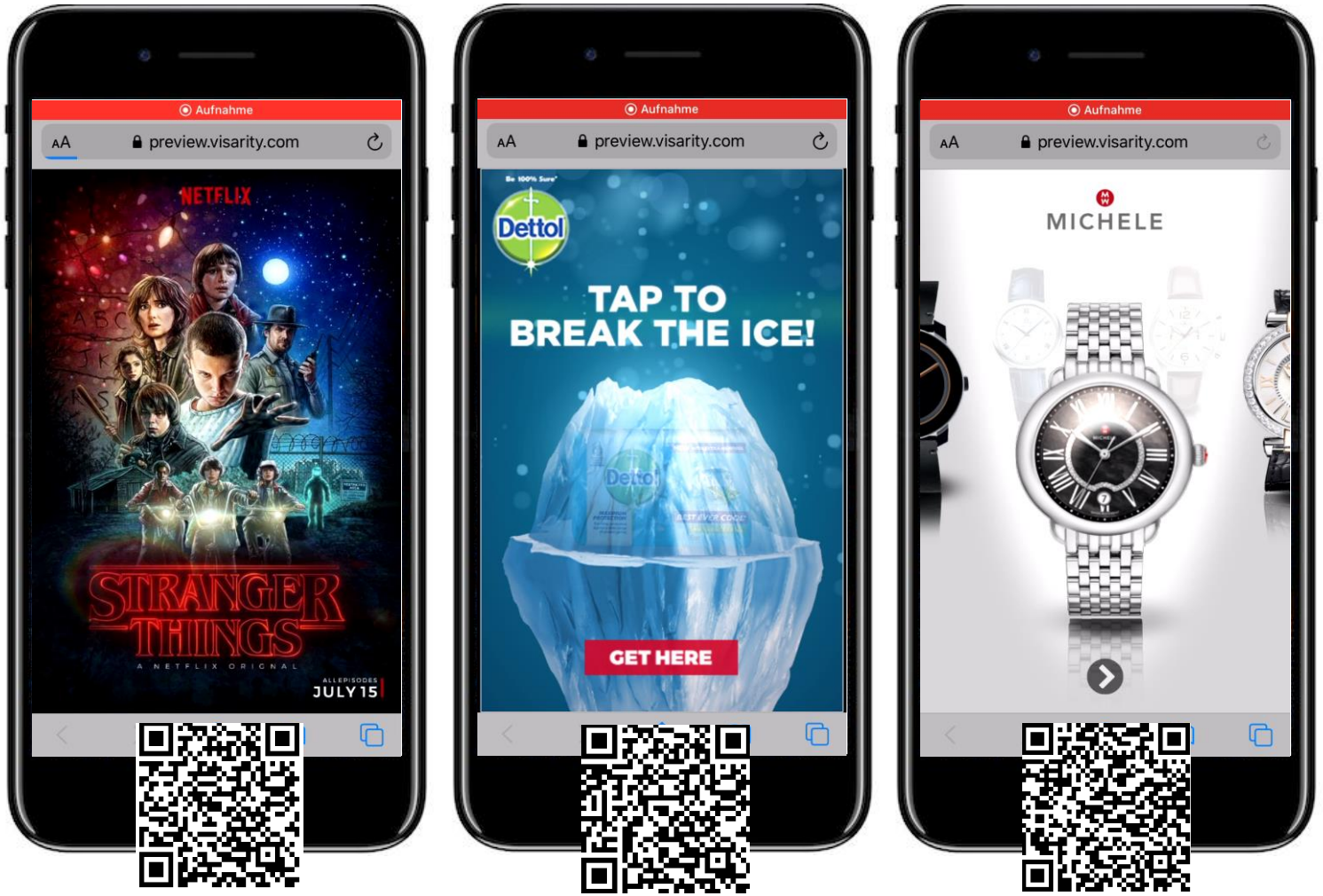
Specs & Möglichkeiten:

- Alle Werbemittel möglich
- Jedes Spiel wird individuell konzipiert
  (Teilweise Templates verfügbar)
- Wenige MB groß

JADUDA

DIMENSION ADS

EINE NEUE „DIMENSION“ IM ADVERTISING



Specs & Möglichkeiten:

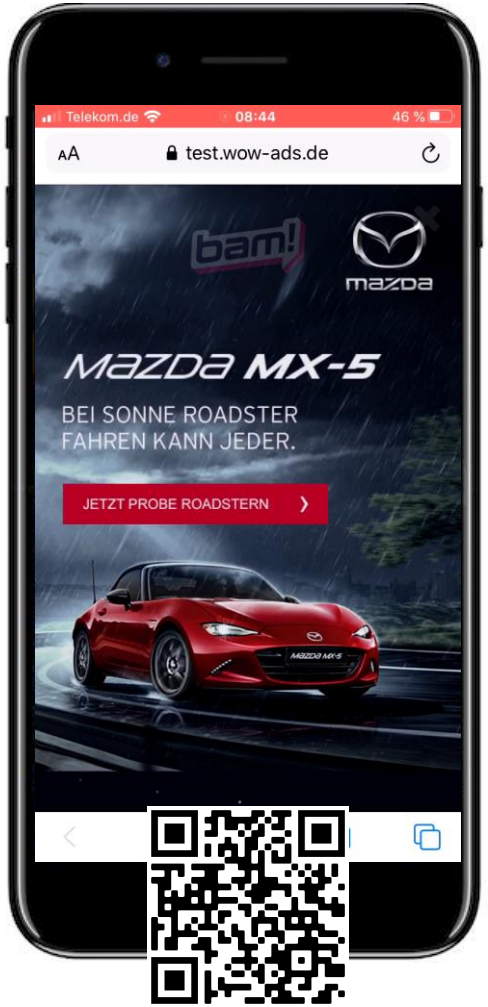
- Alle Formate möglich
- Jedem Bild wird eine weitere Dimension gegeben, wodurch ein 3D Effekt ausgelöst wird
- Werbemittel können mit weiteren Interaktionen versehen werden

MOBILE RICH MEDIA

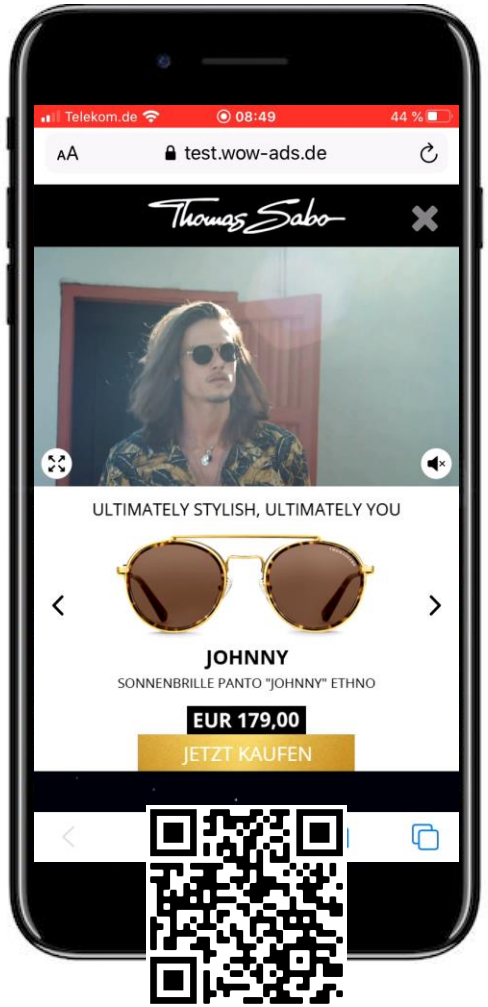
3D Cube Ad

Day and Night Ad

Rain Ad



Product Trigger Ad

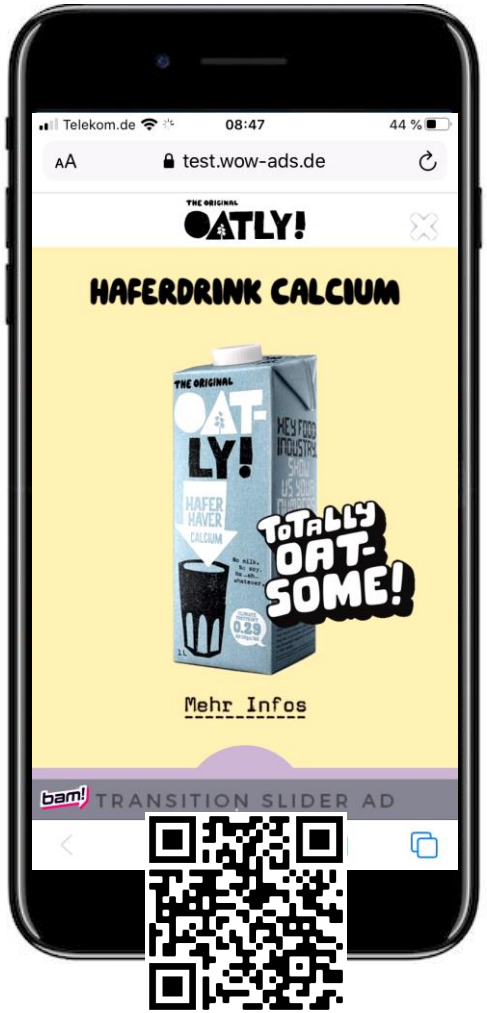


JADUDA

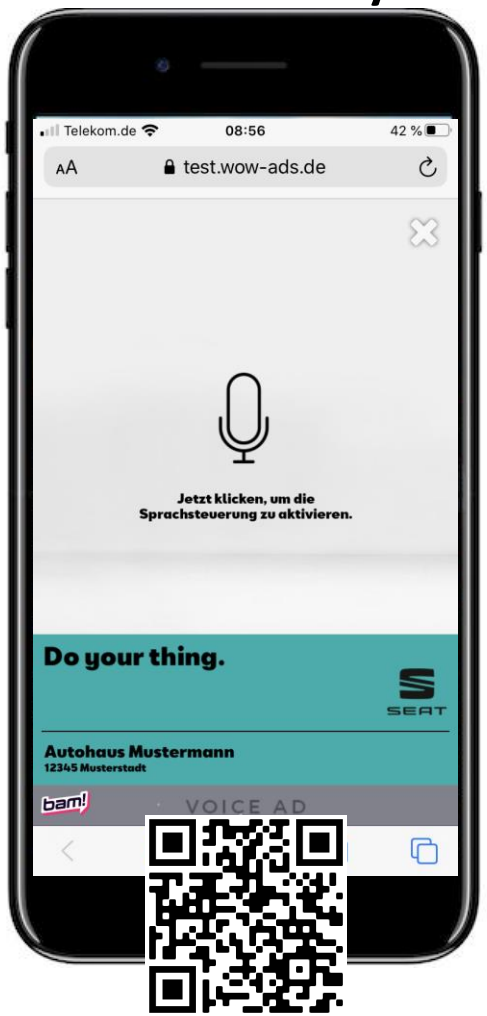
MOBILE RICH MEDIA

Poll Ad

Transition Slide

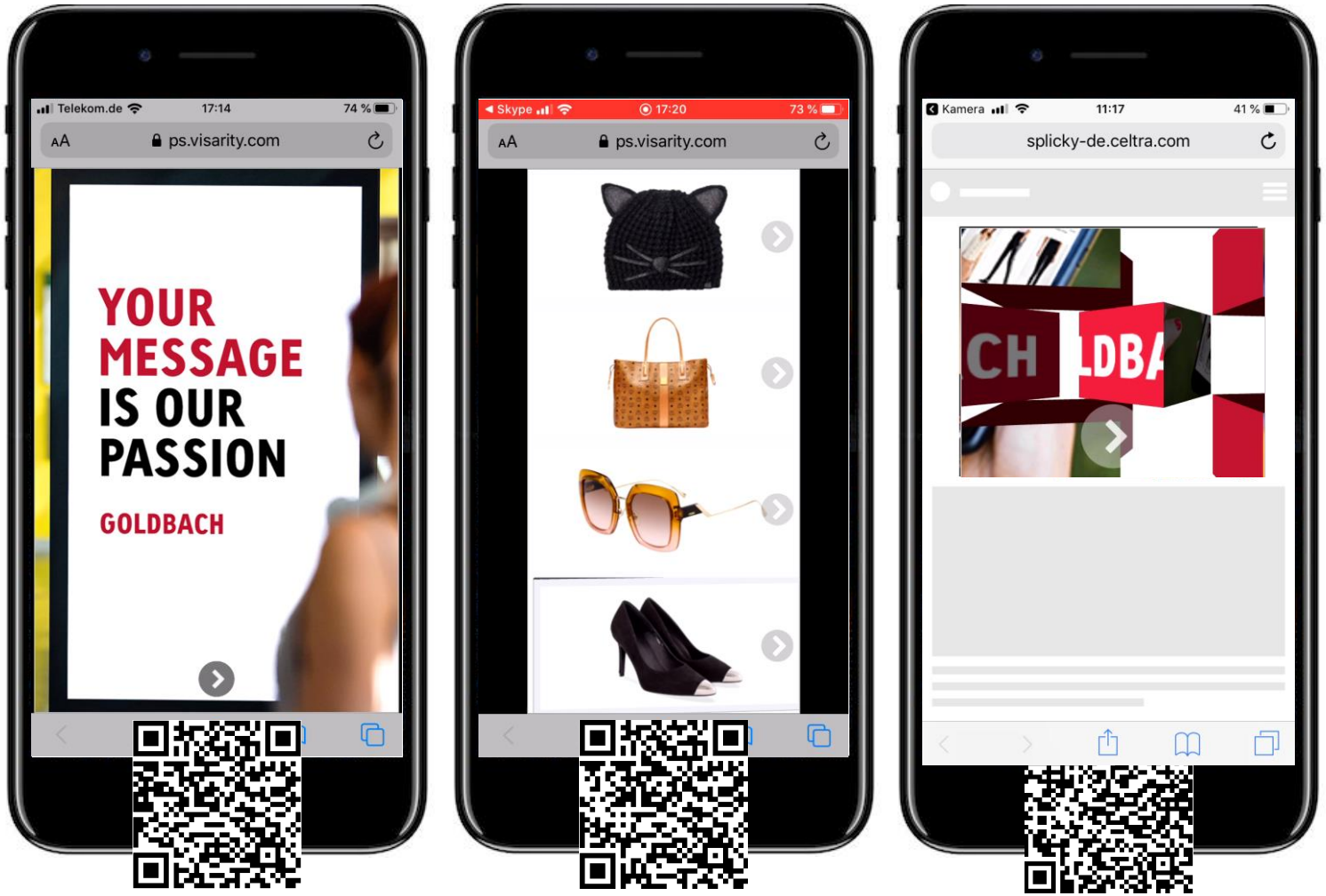


Voice Ad
Android only



BRICK ADS

BAUSTEINE DES WERBEERFOLGES



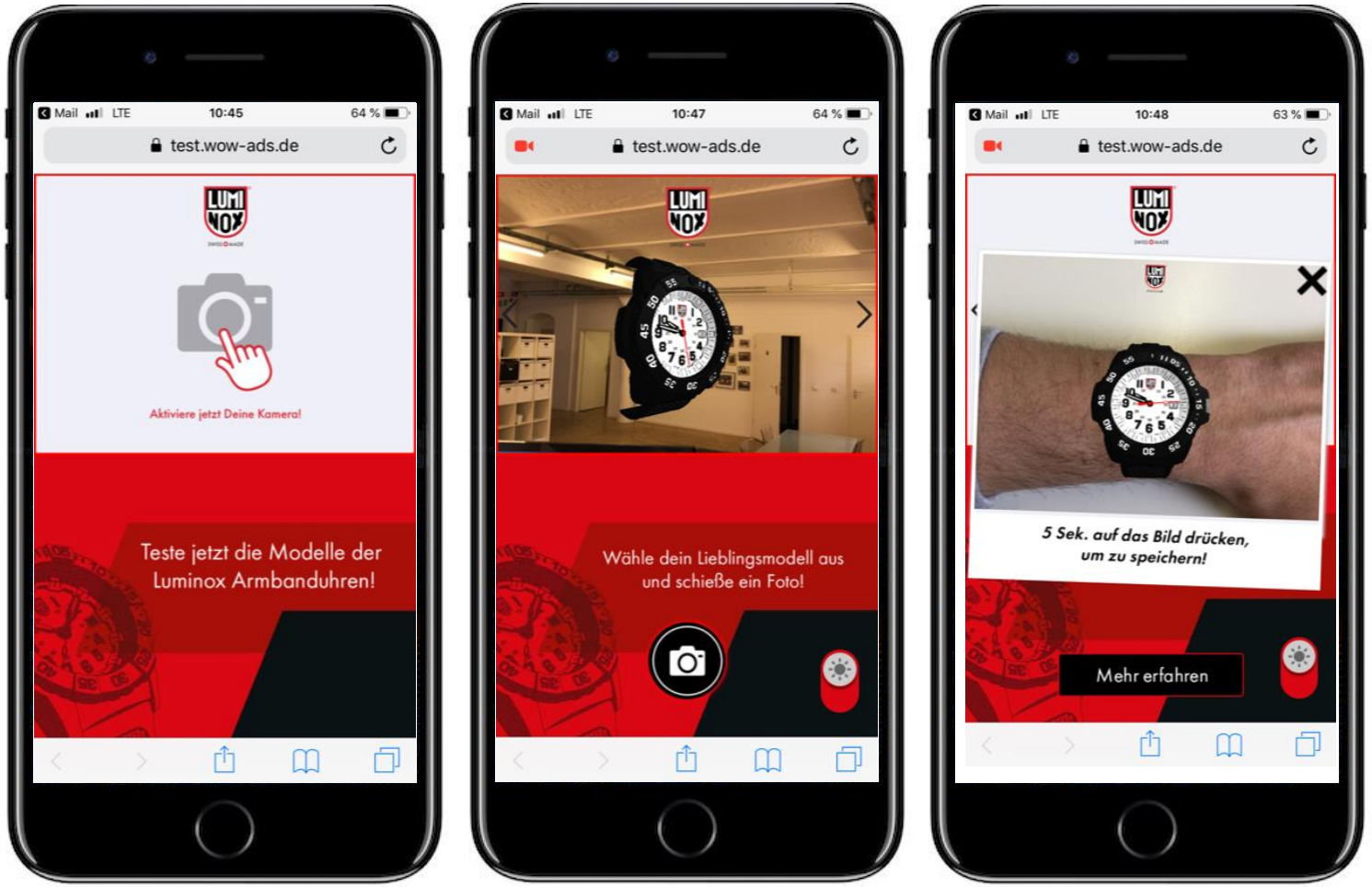
Specs & Möglichkeiten:

- Alle Formate möglich
- Jedem Bild wird eine weitere Dimension gegeben, wodurch ein 3D Effekt ausgelöst wird
- Werbemittel können mit weiteren Interaktionen versehen werden

JADUDA

AUGMENTED REALITY

STATE OF THE ART IM WERBEMITTELDSCHUNGEL



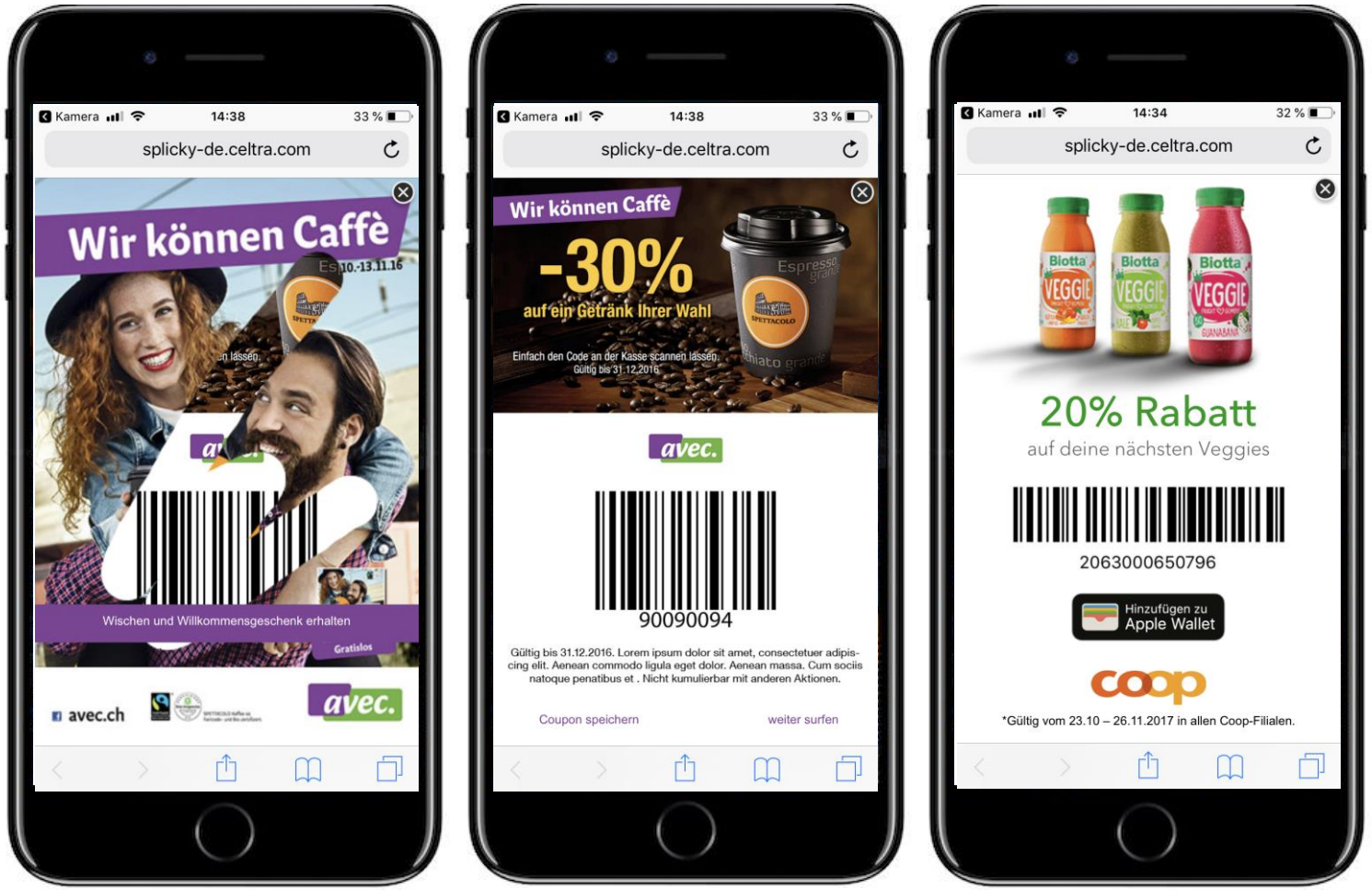
Specs & Möglichkeiten:

- Alle Formate möglich
- Hohe Experimentierfreundlichkeit durch Spaßfaktor des Users
- Animation der Objekte möglich

JADUDA

COUPONING ADS

MESSEN SIE DIE WIRKSAMKEIT MIT



Specs & Möglichkeiten:

- Coupons können entweder im Wallet (iOS) oder über einen Screenshoot (Android) gespeichert werden.
- Statische und dynamische Coupons
- Erinnerungsfunktion in Form einer Pushmitteilung bei im Wallet gespeicherten Coupons
- Coupons können mit allen Rich Media Werbemitteln kombiniert werden

Biotta Case

Züger Frischkäse Case

LOCATION BASED ADVERTISING

ANSPRACHE IN ABHÄNGIGKEIT DES STANDORTES

- Ortsbezogene Werbeauslieferung von mobilen Werbemitteln anhand von GPS Signalen und einem frei definierbaren Radius bzw. Polygon.
- Kombinierte Branding und Direktmarketing Maßnahme, da sowohl die Marke im lokalen Kontext positioniert wird, als auch die Möglichkeit besteht, den Konsumenten in die Filiale zu leiten
- Messung der Werbewirksamkeit anhand von
  - Engagement Rate
  - Verweildauer auf dem Werbemittel
  - Einlösung von integrierten Coupons
- Die Optimierung der Kampagne erfolgt auf Grundlage folgender Kriterien
  - Ort des Nutzers
  - Uhrzeit
  - Wochentag
  - Kontextuelles Targeting
  - Endgeräte
  - Publisher

LBA Case

JADUDA

DATEN SIND DER TREIBSTOFF DIGITALER KAMPAGNEN

JADUDA MOBILE MARKETING ENGINE

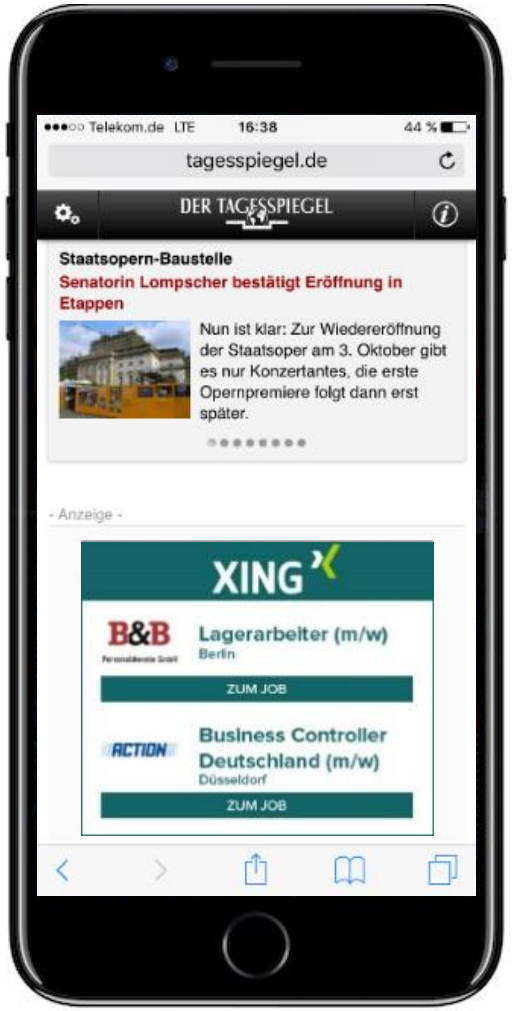
Performance- & Datengetriebenes Marketing

Mit Dynamic Creatives, Audience, Retargeting, Abverkaufsstatus, Wetter …

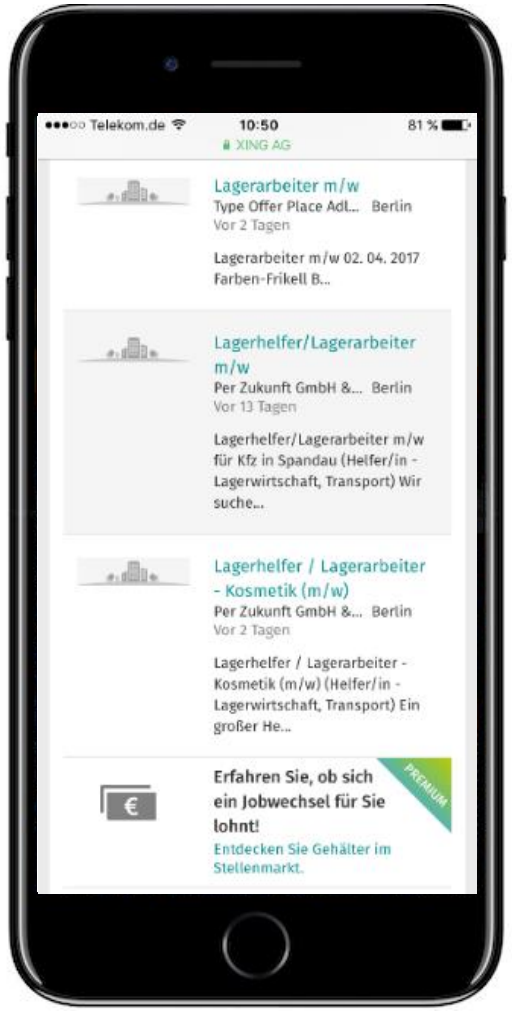
JADUDA

CPC/CPV-REACH

- Die Kampagne wird mit verschiedenen Formaten in Apps/Sites ausgeliefert
- Kombinierbar mit allen Standardwerbemitteln und Targetingoptionen
- Insbesondere für Kampagnen geeignet, die eine hohe Reichweite und Traffic auf der Landingpage generieren sollen



Klick



1 Auslieferung der Banner mit den gewünschten Targetings

2 Weiterleitung auf die Landingpage

DYNAMISCHE WERBEMITTEL

BASIEREND AUF DATEN, PRODUKTFEEDS UND NUTZERHISTORIEN

Produktdatenbasierte Ad-Auslieferung für kelkoo:

Ziel:

Traffic-Lieferung für die an den Preisvergleich kelkoo angeschlossenen Online-Händler.

Besonderheit:

Als Grundlage zur Erstellung der Werbemittel dient ein großer Produktdatenfeed mit aktuellen Preisen und Produkten. Optimierung aus Sales.

DYNAMISCHE WERBEMITTEL

BASIEREND AUF DATEN, PRODUKTFEEDS UND NUTZERHISTORIEN

Dynamische Ad-Auslieferung für Daily Deals von ebay:

Ziel:
Optimale Auslieferung für die täglich neuen Deals auf ebay.

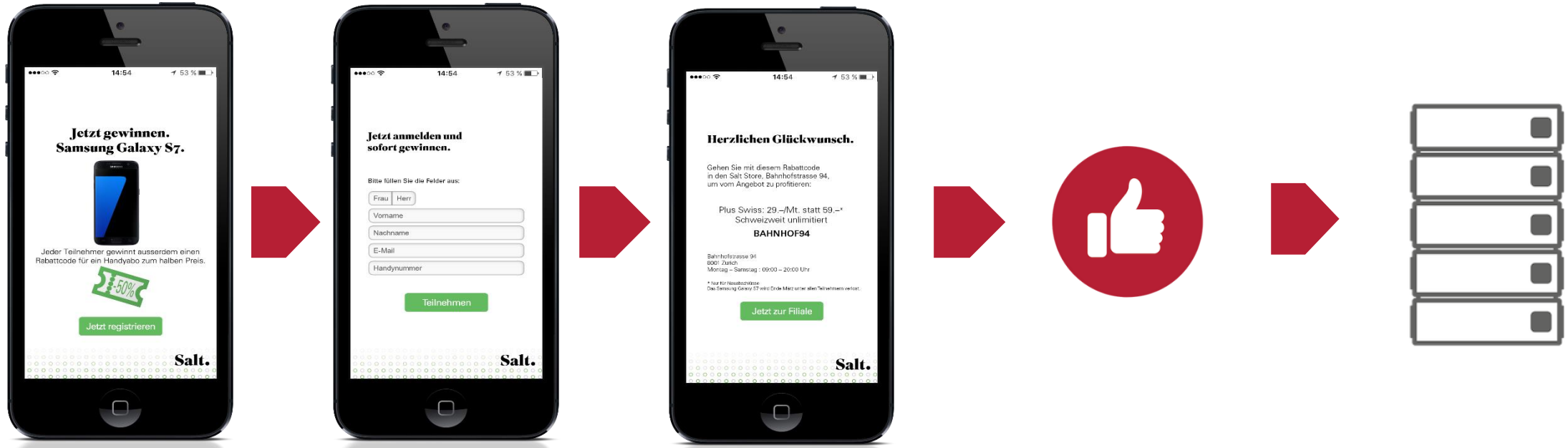
Besonderheit:
Die Deals können jede Minute auslaufen oder sich ändern und dies muss bei der Auslieferung der Werbung dynamisch berücksichtigt werden.

JADUDA

LEAD KAMPAGNEN

BEWERBUNG VON GEWINNSPIELEN AM BEISPIEL VON SALT

Per **E-Mail**, **Display-Werbung** und **Native Ads** in beliebten Apps & Sites aus Umfeldern wie „Wetter“, „Entertainment“, „News“, „Social“. **Auslieferung in der Jaduda Community per E-Mail**.



Aufruf der Landingpage bspw. zu einer Newsletter-anmeldung und einem Gewinnspiel.

Eingabe zur Erfassung der Teilnahmedaten, Leaddaten Opt-In.

Überprüfung der Datensätze durch Jaduda: Dubletten-abgleich, Mispelling, falsche Einträge, etc.)

Übertragung der Daten an Advertiser per API oder Bereitstellung einer CSV-Datei

Case Hyundai (3 Seiten)

LEAD KAMPAGNEN ÜBER E-MAIL (SCHWEIZ)

BEWERBUNG VON GEWINNSPIELEN

Per **E-Mail**, **Display-Werbung** und **Native Ads** in beliebten Apps & Sites aus Umfeldern wie „Wetter“, „Entertainment“, „News“, „Social“. **Auslieferung in der Jaduda Community per E-Mail**.

- Ca. 150.000 E-Mail-Adressen in der Schweiz (Alle Sprachen)
- Alle User sind getargete Jaduda-User mit festen Wohnsitz in der Schweiz
- Die Adressen sind maximal zwei Jahre alt
- Die User haben durch Teilnahmen an früheren Gewinnspielen aktiv zugestimmt, durch uns und unsere Partner über neue Gewinnspiele und Aktionen informiert und kontaktiert zu werden
- Ein Widerruf ist natürlich jederzeit über einen Opt-Out-Link möglich
- Segmentierung basierend auf Alter, Geschlecht, PLZ, Stadt, Kanton, Sprache möglich
- Pixeleinbau für optimale Trackingergebnisse und Optimierungen notwendig

APP PUSH KAMPAGNEN

INCENT & NON-INCENT

Nur der richtige Weg führt ans Ziel

JADUDA

APP PUSH KAMPAGNEN

INCENT VS. NON INCENT

Incent	
Vorteile	**Nachteile**
CPI Abrechnung	User installiert die App nur um einen Gegenwert zu erhalten
Günstige Installationen	Geringere User Lifetime
Mehrere hundert Installationen pro Tag möglich. Bei mehreren parallelen Kampagnen kann sich das Volumen reduzieren.	Weniger In-App Events
Kann genutzt werden um im jeweiligen App Store Ranking zu steigen und dadurch organische Installs zu generieren	Kein weiteres Targeting möglich

Non-Incent	
Vorteile	**Nachteile**
Hohe Qualität der User, da der User die App ohne Gegenwert installiert	Keine Garantie der Anzahl an Installationen
Optimierung auf In-App Events	Höherer CPI als bei Incent
Höherer Return on Invest	In der Regel kaum spürbare Steigerung im Ranking des jeweiligen App Stores
Paralleler Brandingeffekt	Abrechnung nur auf TKP möglich

- Die Wahl des Ansatzes ist abhängig vom jeweiligen Kampagnenziel, der Qualität der User und dem gewünschten Volumen
- Bei Non-Incent Kampagnen empfiehlt es sich mit einem dynamischen TKP zu arbeiten und auf In-App-Events zu optimieren

Case App Push Uber

Case App Push Pantaflix

MEDIENÜBERGREIFENDES MARKETING

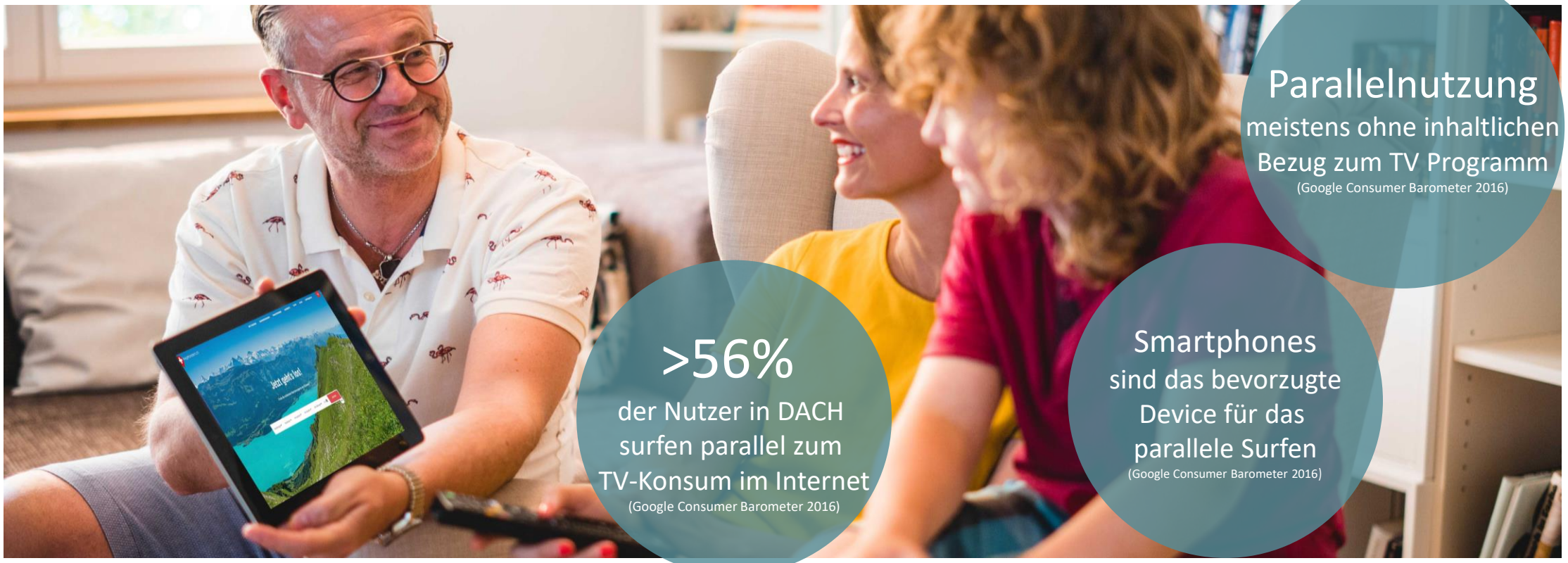
MULTISCREEN MARKETING

DIE MEDIENNUTZUNG ÄNDERT SICH.
AM BALL BLEIBEN MIT MULTISCREEN MARKETING.

JADUDA

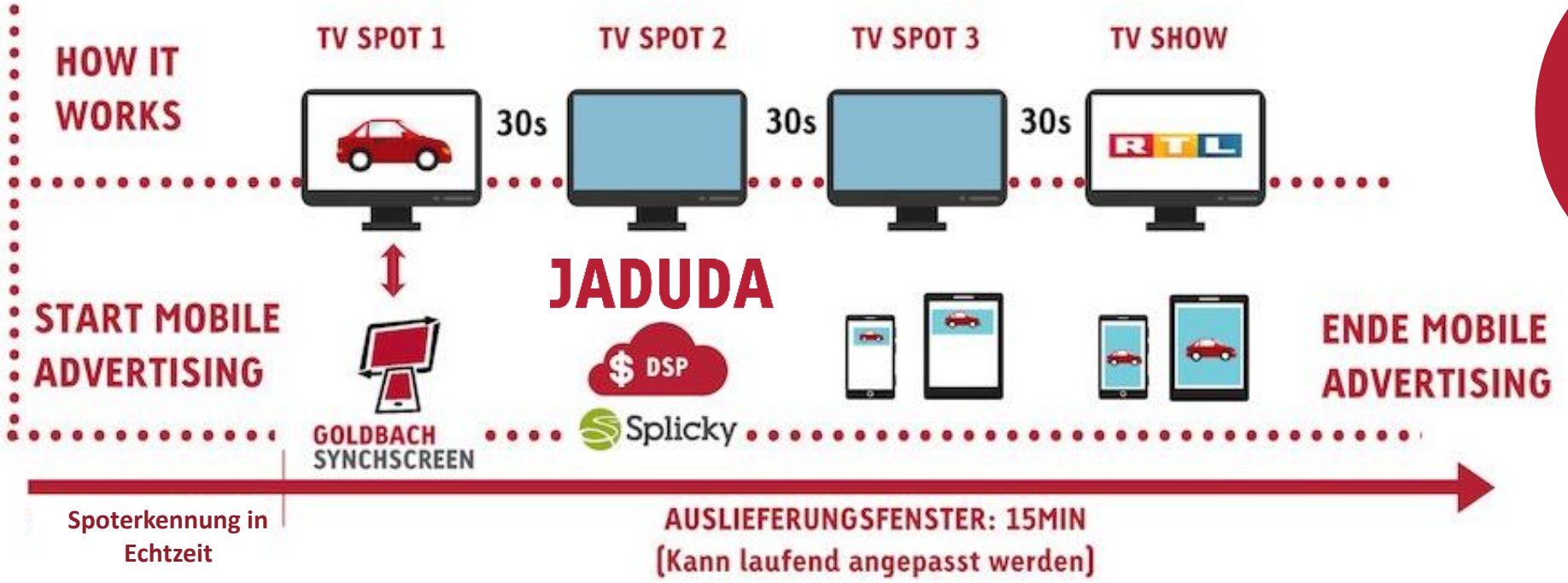
USER SURFEN PARALLEL ZUM TV-KONSUM TAGTÄGLICH IM INTERNET

UND NUTZEN DAZU BEVORZUGT DAS SMARTPHONE



SYNCHSCREEN - MOBILE

MIT GOLDBACH SYNCHSCREEN SYNCHRONISIEREN SIE IHRE TV-SPOTS MIT EINER MOBILE- KAMPAGNE



Formate
Video,
Display,
Rich Media,
Native

JADUDA

SYNCHSCREEN - MOBILE

MIT GOLDBACH SYNCHSCREEN SYNCHRONISIEREN SIE IHRE TV-SPOTS MIT EINER MOBILE- KAMPAGNE

IHRE VORTEILE

Real- Time Spoterkennung auf Basis von Bild und Ton

Stärkung der Werbewahrnehmung und Werbewirkung

Breites Senderportfolio für den DACH Raum inklusive Long Tail
Alle Sprachgebiete für die Schweiz

GRP Gewichtung- Jaduda-Synchscreen nutz die TV-Planung als Vorlage für eine optimale und logistische Ausspielung ihrer mobilen Kampagne

Retargeting der User zu einem späteren Zeitpunkt möglich

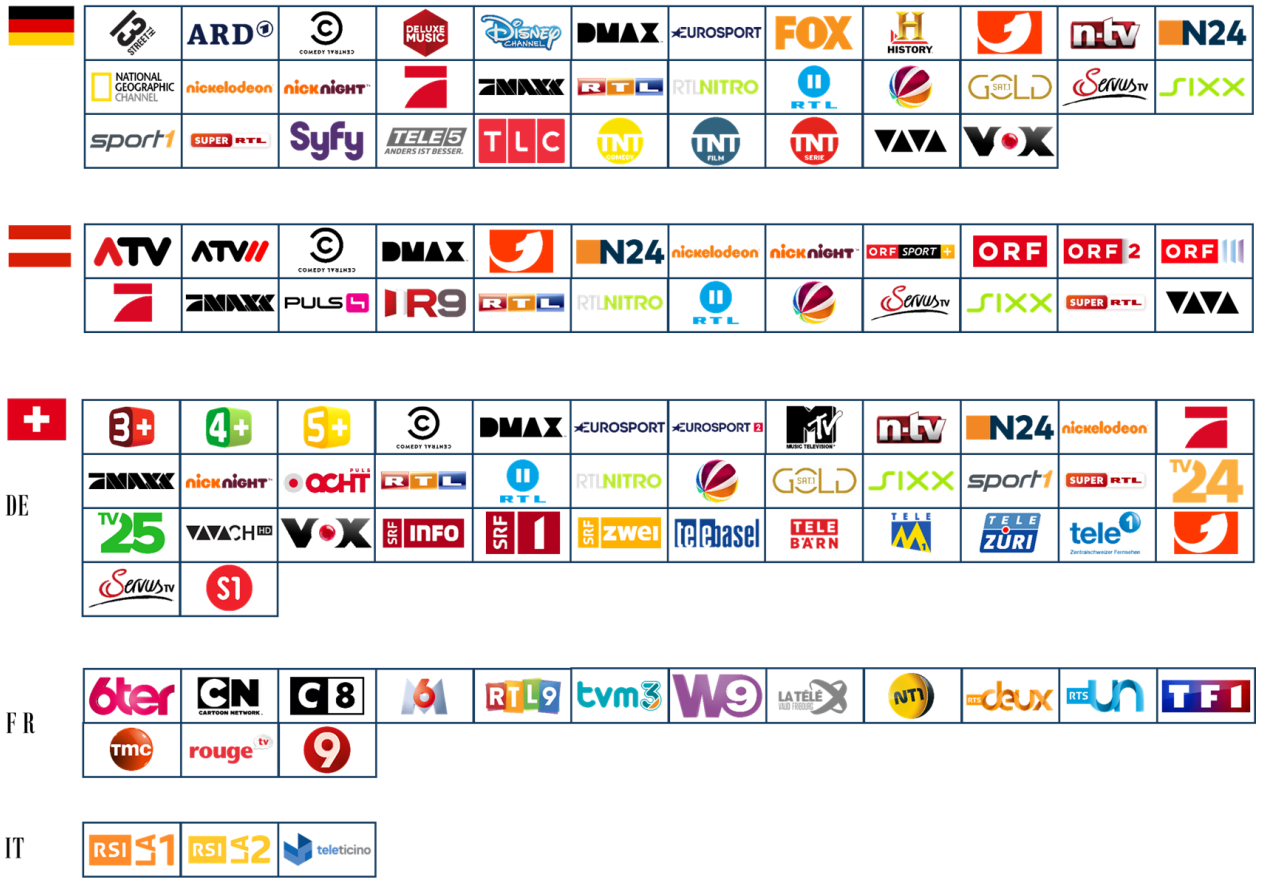
Formate
Video,
Display,
Rich Media,
Native

DURCH SYNCHSCREEN ERFASSTE TV SENDER IM ÜBERBLICK (DACH)

BREITESTES SENDERPORTFOLIO FÜR DEN DACH RAUM

Die wichtigsten öffentlich rechtlichen und privaten Sender werden getriggert.

Für die Schweiz **alle Sprachgebiete** inklusive Long tail (lokale Sender).



WAS MACHT SYNCHSCREEN SO BESONDERS

IM VERGLEICH ZU ANDEREN SYNCH ANBIETERN?

Real-Time Spoterkennung – **schneller** als die Konkurrenz dank Satellitensignal

Spoterkennung basierend auf Basis **Bild und Ton**
(Wichtig bei Erkennung von Spots mit Schweizer Dialekt vs. Spots in Hochdeutsch)

Breitestes Senderportfolio für den DACH-Raum

a. Die wichtigsten öffentlich rechtlichen und privaten Sender werden getriggert
b. Für die Schweiz **alle Sprachgebiete** inklusive Long tail (lokale Sender)

Direkte Anbindung in die Goldbach Mobile DSP «Splicky»

a. **Breite Targetingmöglichkeiten** mit impakt starken Werbemitteln
b. Programmatische Synch Möglichkeit für **Mobile Kampagnen MWeb / App**

Case Möbel Höffner (2 Seiten)
Case Desperados (2 Seiten)

JADUDA
CONNECTED TV (CTV)
NUTZEN SIE DAS SMART TV FÜR
IHRE BOTSCHAFT
Beauty
Gelernte Werbewirksamkeit seit 1956!
Jetzt auch als smarte Lösung.

JADUDA

CTV

GROßFLÄCHIG, AUFMERKSAMKEITSSTARK, BRAND SAFE

Splicky
Smooth Mobile Advertising

Open RTB

- CTV
- Connected Devices
- Set Top Boxen
- Weltweites Inventar
- Städte- und Sprachtargeting möglich
- Keine Hersteller Beschränkung

Integrationsmöglichkeiten
(1) Statische Werbemittel
(2) Videos

SAMSUNG TV PLUS

Lineares IP-TV mit CTV Video Ads

- Lineare IP-TV Kanäle
- Mehr als 20 Themen-Kanäle
- Direkter Zugriff über die Startseite des Smart Hub sowie die klassische Kanalliste
- Lean-back - lineares streaming

Integrationsmöglichkeiten
(1) Eigener Brand Channel
(2) CTV Video Ads mit Targeting (addressable)
(3) Content Integration

SAMSUNG Brandworld Apps Selection

Premium App-Integration mit CTV Video Ads

- Premium App Selection
- Selektierter Inhalt mit direktem Zugriff
- Auf der Startseite des Samsung Smart Hub
- Interaktiv - On demand

Integrationsmöglichkeiten
(1) Platzierung von Marken- und Content- Apps
(2) CTV Video-Kampagnen mit Landingpage

JADUDA

TARGETING AUF DEM BIG SCREEN

BEISPIEL TV PLUS SAMSUNG CONNECTED TV

TV Video Ads auf TV Plus

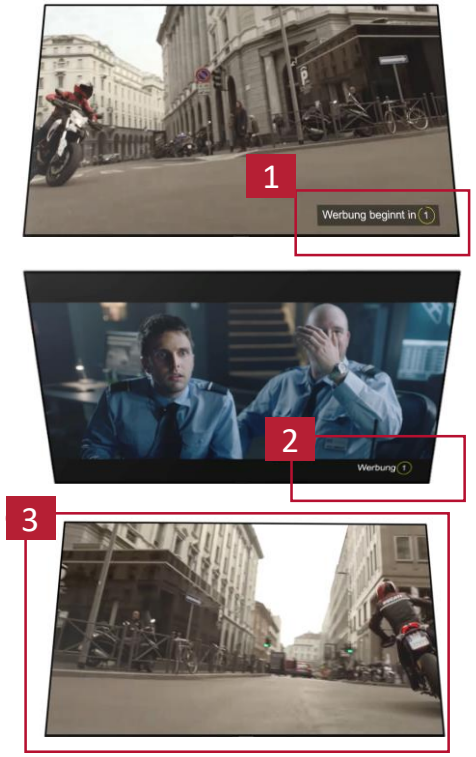
- Delayed Pre-Roll
- Mid-Roll
- Channel Switch

Targeting-Optionen

- Geo-Targeting
- Frequency Capping
- Zielgruppen-Targeting

Auktionsmodus

- PMP
- Open Market



1. Ankündigung Beginn der Werbung
2. Anzeige der Dauer der Werbung
3. TV Stream pausiert und wird nach dem Spot fortgesetzt

TARGETING AUF DEM BIG SCREEN

BEISPIEL BRANDWORLD

Ihre Connected TV Video Kampagne in der Brandworld

- 2 Mio. Aufrufe der Brandworld generieren weit über 4 Mio. Video Views im Monat
- Online Video Funktionalitäten kommen voll zum tragen
  - PLZ Targeting
  - Frequency Capping
  - Vast/Vpaid

GIB DEM GLÜCK EINE CHANCE!
JADUDA
MEDIENÜBERGREIFENDES MARKETING: ANSPRACHE ZUR RICHTIGEN ZEIT AM RICHTIGEN ORT. SOWOHL KLASSISCH ALS AUCH DIGITAL.

JADUDA

DOOH STANDORTE IN DE

Erhöhung der Reichweite in 2020 in der Umsetzung

Exkusiv

MALL

ALEXA · Brücken-Center Ansbach · KÖLN ARCADEN · Columbus Shopping Center · SPANDAU ARCADEN · PASING ARCADEN · BUCHHOLZ GALERIE ... zieht an! · RIEM ARCADEN · HOFGARTEN SOLINGEN · DÜSSELDORF ARCADEN

und viele mehr...

Airport

/Flughafen München · ALBRECHT DÜRER AIRPORT NÜRNBERG · Hamburg Airport · Köln Bonn Airport · TXL FLUGHAFEN BERLIN BRANDENBURG · Düsseldorf Airport DUS · STUTTGART AIRPORT · hannover airport · FLUGHAFEN DRESDEN · SXF FLUGHAFEN BERLIN BRANDENBURG

Taxen

fleet ad

Drogerie

BUDNI

Jeden Tag Gutes tun.

Sport

INTERSPORT · KARSTADT sports · clever fit

Autobahn

TANK & RAST · SANIFAIR

Getränke

GETRÄNKE LAND ... erfrischend anders!

City

LANXESS arena · SPORTPARK Leverkusen · SHOPPING-CENTER hamburger meile · brose ARENA

...mehr...

Post-Filialen

Deutsche Post DHL

Hotels

a&o aohostels.com

Büros

ECN EXECUTIVE CHANNEL NETWORK

Bahnhöfe

STRÖER

Innenstadt

WallDecaux Premium Out of Home

Coming soon

TO BE ANNOUNCED

DOOH MIT JADUDA

ZAHLREICHE TARGETINGMÖGLICHKEITEN

Zielgruppen
(1st & 3rd-Party Audiences)

Standort / Netzwerk

Tageszeit

Wetter

Sportergebnisse

...etc.

JADUDA

DOOH SYNCH

SECOND SCREEN INKL. RETARGETING

- Analog zum Location Based Advertising werden die Werbemittel dem User in einem bestimmten Radius oder Polygon um die DooH Screens die Werbemittel angezeigt
- Die User können markiert und zu einem späteren Zeitpunkt wieder angesprochen werden

Case Sziget Festival

Case Peugeot

Case H&M

Case Citroën

REAL-TIME-FOOTFALL-REPORT

- Ab November 2019 bietet die Jaduda mit Splicky
  für mobile und DooH Kampagnen einen Real-Time-Footfall-Report an

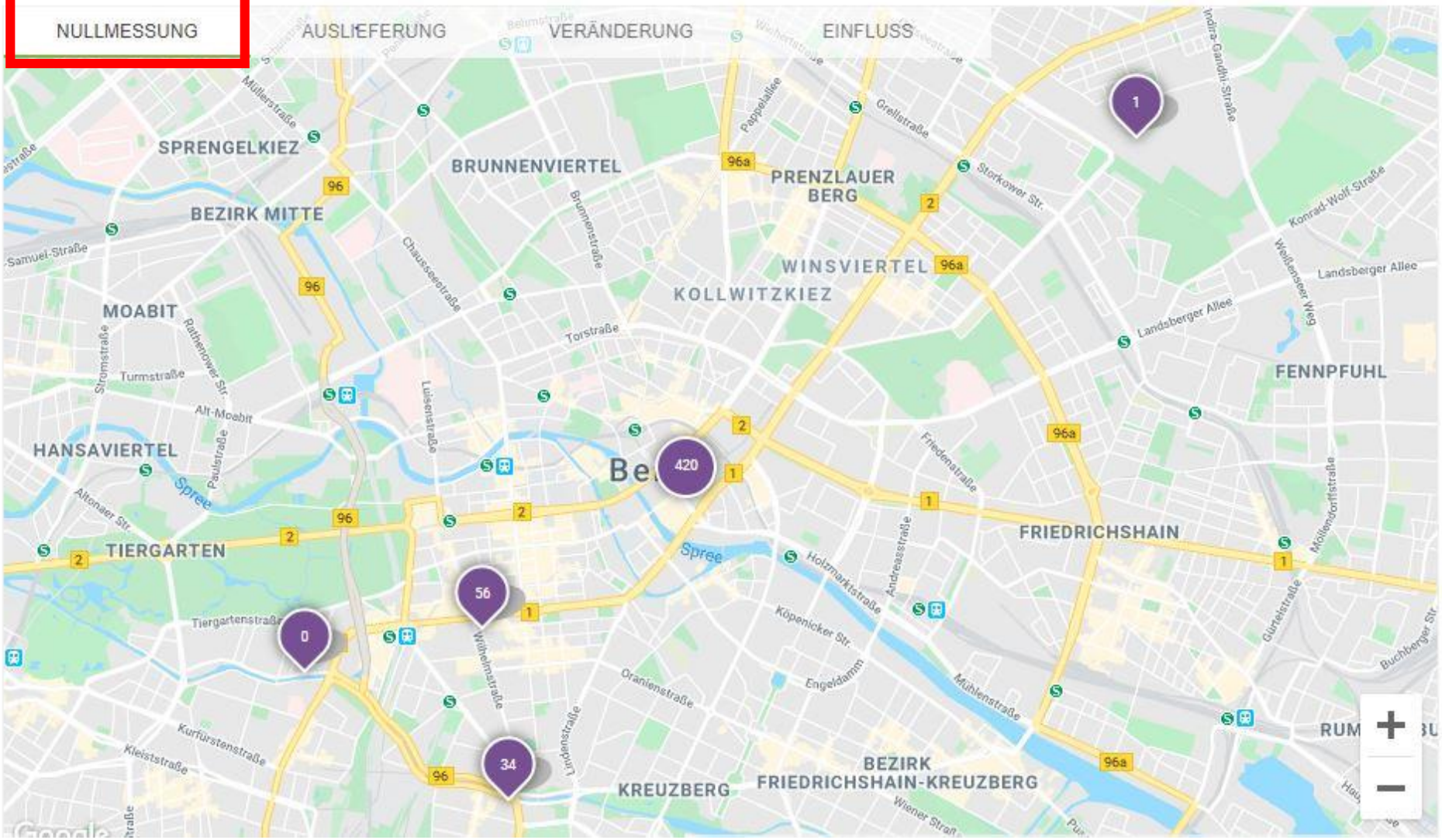
- Hierbei besteht die Möglichkeit Besucherströme sichtbar zu machen und somit zu analysieren, ob Personen sich nach betrachten der Werbung am POI aufgehalten haben.

- Hierzu werden vor Kampagnenstart die GPS Koordinaten der POI hochgeladen

- Während der Kampagnenlaufzeit kann Live der Uplift beobachte,
  sowie Optimierungen simultan vorgenommen werden.

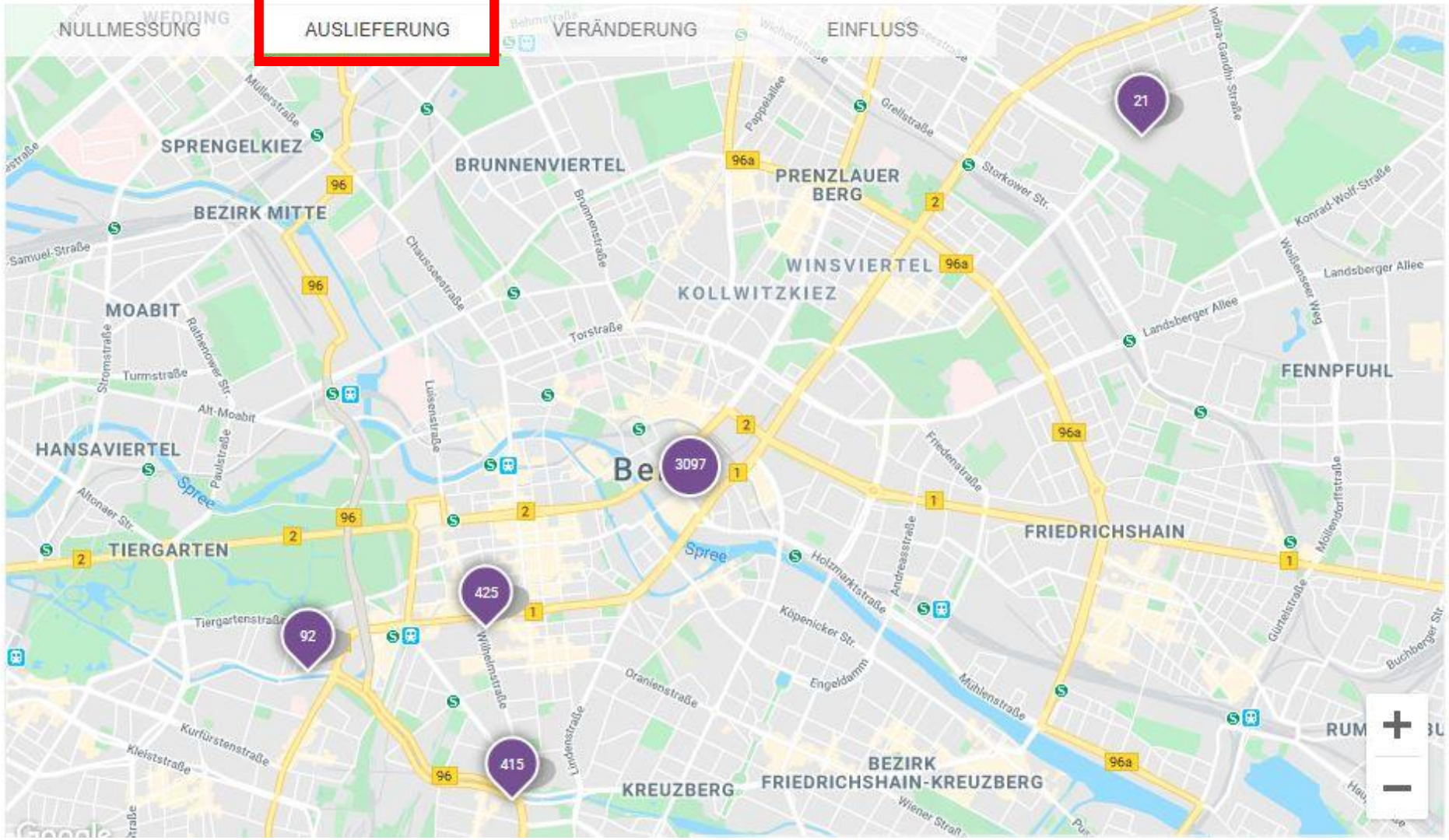
https://blog.splicky.com/2019/jaduda-und-adsquare-kooperieren/

NULLMESSUNG



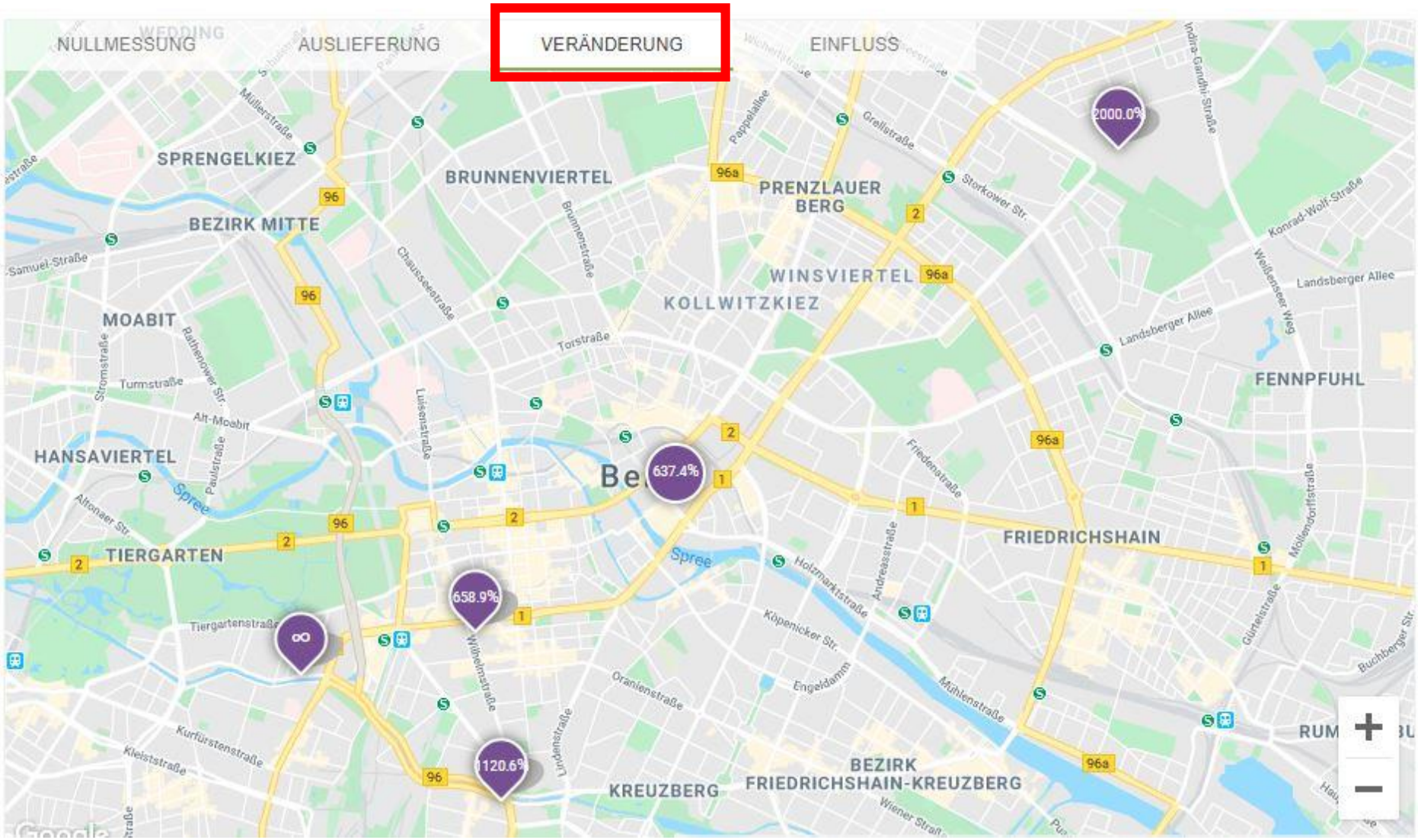
- Aus bestehenden Daten kann eine Nullmessung für die letzten 8 Wochen vorgenommen werden
- Alternativ ist auch vorab eine Livemessung möglich

KAMPAGNENSTART



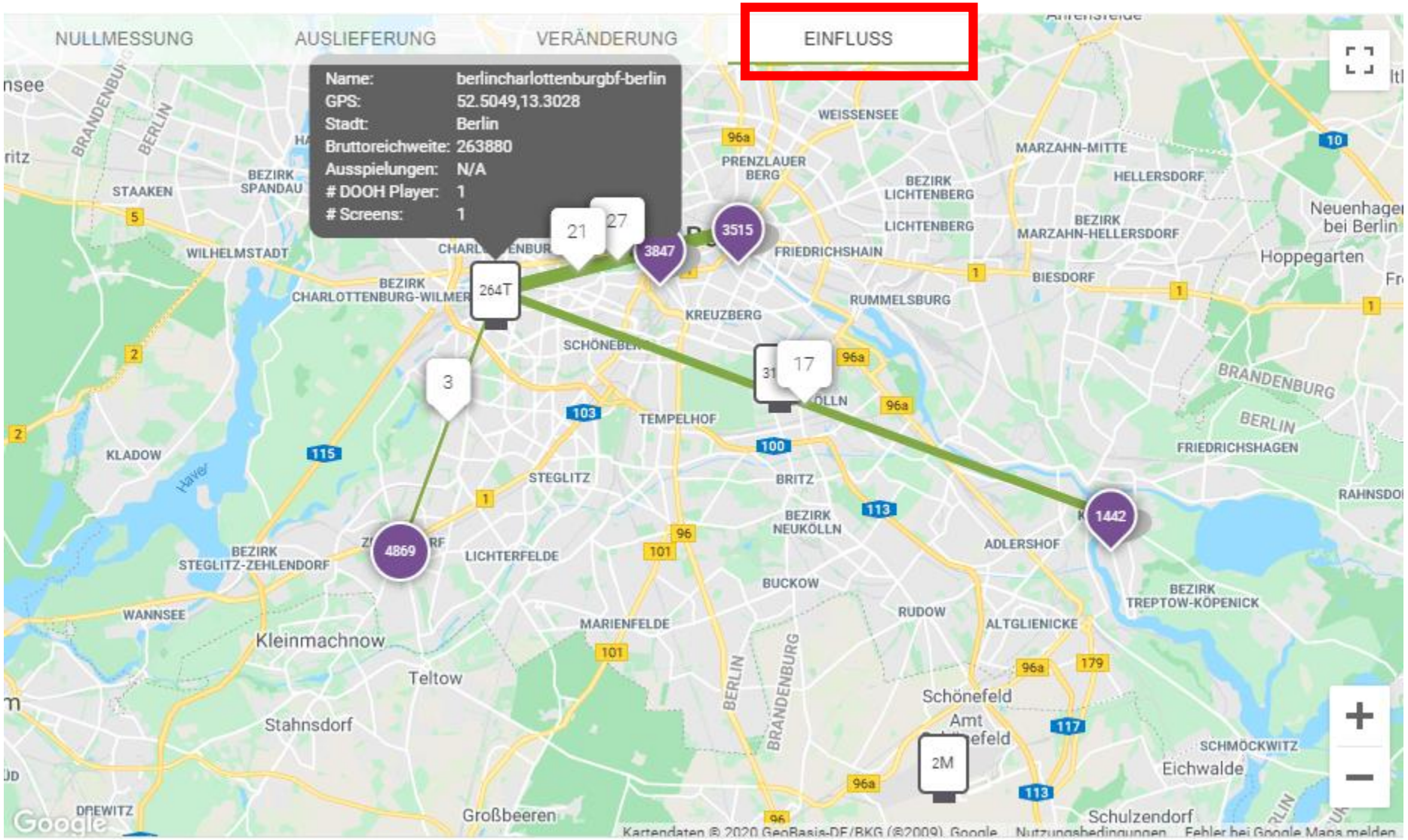
- Nach dem Kampagnenstart werden die Informationen Live im Reporting angezeigt
- So kann der Uplift während der Kampagne mitgemessen werden

PROZENTUALER UPLIFT



- Ebenso wird der daraus resultierende prozentuale Uplift ausgewiesen

PROZENTUALER UPLIFT



- Darüber hinaus kann auch kann auch der Einfluss eines jeden Players reportet werden

APP STORE OPTIMIZATION (ASO)

OPTIMIEREN SIE IHRE RANKINGS UND CONVERSIONS

Nur wer gefunden wird, kann geladen werden

JADUDA

APPSTORE OPTIMIZATION (ASO)

OPTIMIEREN SIE IHRE RANKINGS UND CONVERSIONS

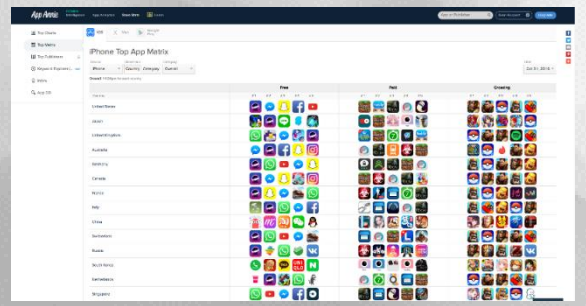
Die **Organische Suche** im Store spielt für jede App eine **zentrale Rolle**. Bis zu **50%** aller **Downloads*** werden unmittelbar durch die Suche im Store oder die Position im Ranking der Charts **verursacht**.

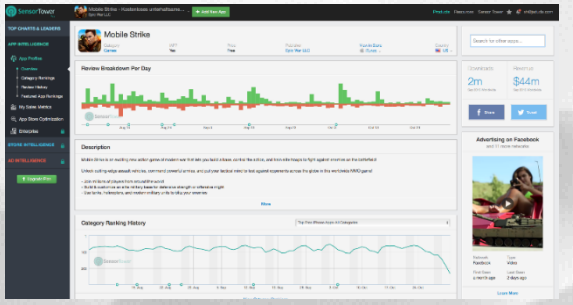
* App Annie 2016

- **Steigerung des App Store Rankings**
  - Redaktionelle Aufbereitung der Präsenz im jeweiligen Store (Android, Apple)
  - Bewertungsmanagement
- **App-Analyse**
  - App Funktionsanalyse
  - Erstellung von Konzepten zu User- Führung und Empfehlungsmarketing

TOOLS & T.R.I.C.K.S - DIE HAUPTSTELLSCHRAUBEN DER ASO

Analysetools für Sie im Einsatz





App Annie

SensorTower Pro

apptweak

- **T**itel - App Name im Store
- **R**eviews - Bewertungsmanagement
- **I**con - App Logo im Store
- **C**ustomer - Kundenfokus
- **K**eywords - hinterlegte Keywords
- **S**creenshots/Videos

BEISPIEL ASO SNAP

	UBS Mobile Banking		PostFinance Mobile		Raiffeisen		Private Banking Schweiz		eBanking Mobile		Migros Bank E-Banking		N26 – Banking	
Ranking Kategorie *Finance*	2	2	6	11	14	19	15	23	10	7	652	455		
Ranking gesamt	58	188	152	463	378	/	418	/	224	396	/	/		
Anzahl der Bewertungen *aktuelle Version/insgesamt*	10/3,191	27/1,656	10/810	42/1,359	3/771	17/648	301/771	8/142	4/126	13/422	16/126	319/3,421		
Durchschnittsbewertung *aktuelle Version/insgesamt*	3,4/3,7	2,4/3,8	4,9/3,5	4,1/4,0	2,3/3,6	3,6/4,0	3,5/3,6	3,4/3,8	2,3/3,0	2,1/2,4	4,5/3,0	3,4/4,1		
Anmerkungen	Postfinance rangiert in der Finanz-Kategorie vor der UBS, auf den wichtigen Keywords Banking und Mobile Banking jedoch dahinter.		Die Bewertungen der Raiffeisen Apps sind allgemein sehr gut und helfen sicherlich den Platzierungen in den App Charts.		Die App der CS schafft bereits seit geraumer Zeit nicht in die TOP10 der Kategorie Finance. Sie bleibt somit deutlich hinter Postfinance und UBS.		Smartwatch Apps für Android Wear und Apple Watch sind verfügbar. Dadurch ergeben sich Vorteile ggü. Konkurrenzapps.		Auch wenn die Bewertungen von Migros eher schlecht sind, können die Apps konstant ihre Positionen halten. Hier hilft eine konstante Anzahl an Downloads.		Die Chartpositionen schwanken sehr stark (z. B. iOS von 668 auf 51 in 9 Tagen). Der Anstieg lässt auf wiederholten und gezieltes Pushen der Apps schließen.	

TECH SPECS

STANDARDWERBEMITTEL, NATIVE ADS & VIDEO

Werbemittel	Format	Max. Größe
Mobile Banner	320x50, 300x50, 320x100, 320x75, 320x150 640x100, 600x100, 640x200, 640x150, 640x600	100KB, GIF/JPG/JPEG/PNG
Content AD / Rectangle	300x250, 600x500 (HD)	100KB, GIF/JPG/JPEG/PNG
Interstitial / Understitial	320x480, 480x320 640x960, 960x640 (HD)	150KB, GIF/JPG/JPEG/PNG
Tablet Banner	728x90, 1456x180 (HD)	100KB, GIF/JPG/JPEG/PNG
Tablet Interstitial	1024x768, 768x1024 (HD)	200KB, GIF/JPG/JPEG/PNG
Native Ads	Hauptgrafik: 1200x627 Logo: 200x200 Titel: Max. 25 Zeichen Text: Max. 90 Zeichen Call to Action: 15 Zeichen	200 KB, GIF/JPG/JPEG/PNG
Video	VAST und VPAID	5 MB XML, VAST URL oder Video File

Weitere Formate auf Anfrage

Animationen: Maximal 3 Loops mit einer Gesamtlänge von 15 Sekunden.

TECH SPECS

RICH MEDIA

Werbemittel	Format	Funktionalität
Rich Media	Alle Formate möglich	Expandable Wipeable Ad Stack Ad Video-Interstitial Drag Ad Stack Ad Augmented Reality 360° Video Ads uvm.

Auf Anfrage können auch individuelle Werbemittel programmiert werden
Ab einem Buchungsvolumen von 10.000€ kostenfreie Produktion der Rich Media Werbemittel (ausgeschlossen individuelle Programmierung)

CASES

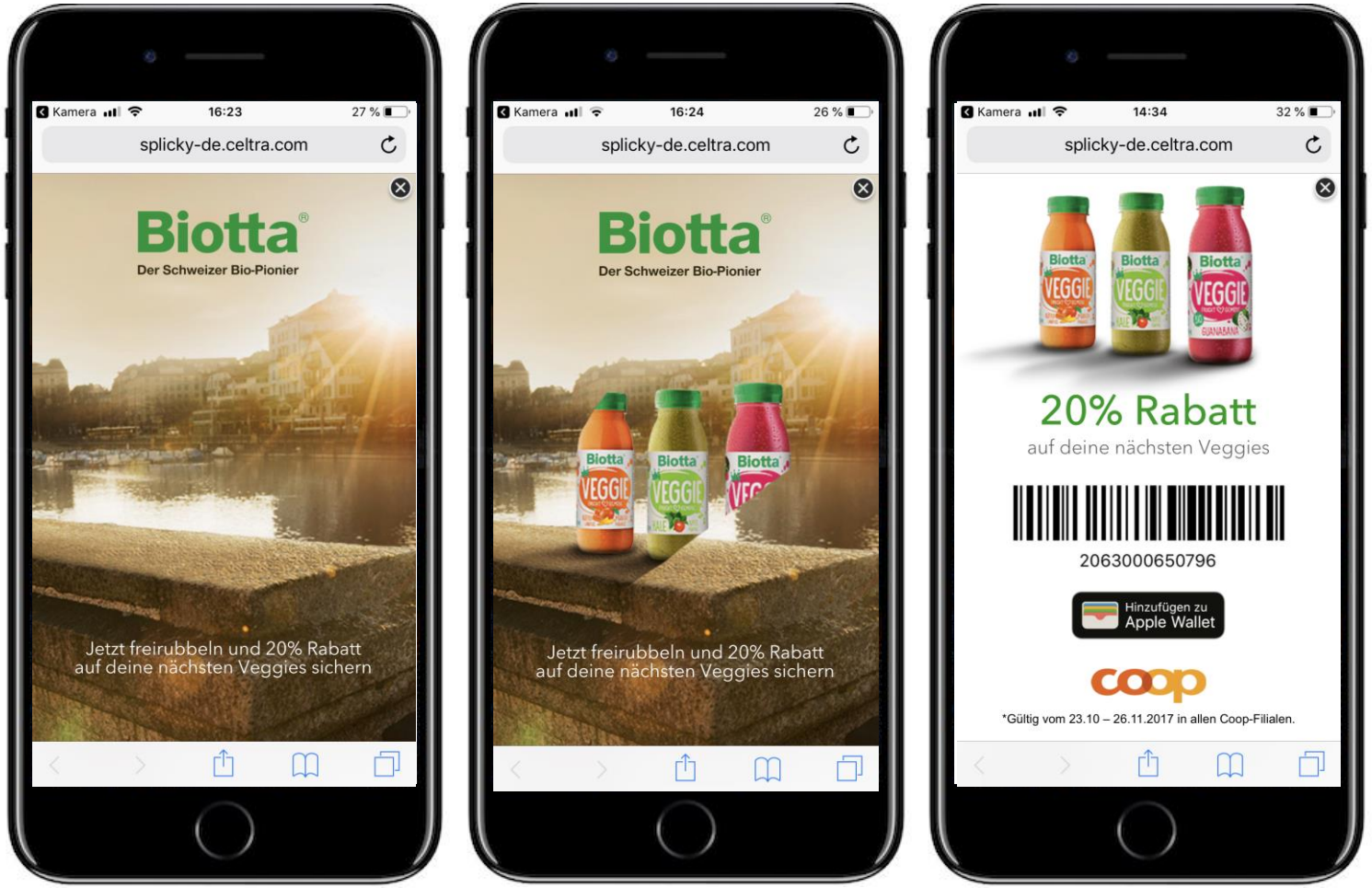
SO KANN MAN ES RICHTIG MACHEN

Von der Idee bis zur Umsetzung müssen die richtigen Hebel gezogen werden

JADUDA

COUPONING CASE

BIOTTA



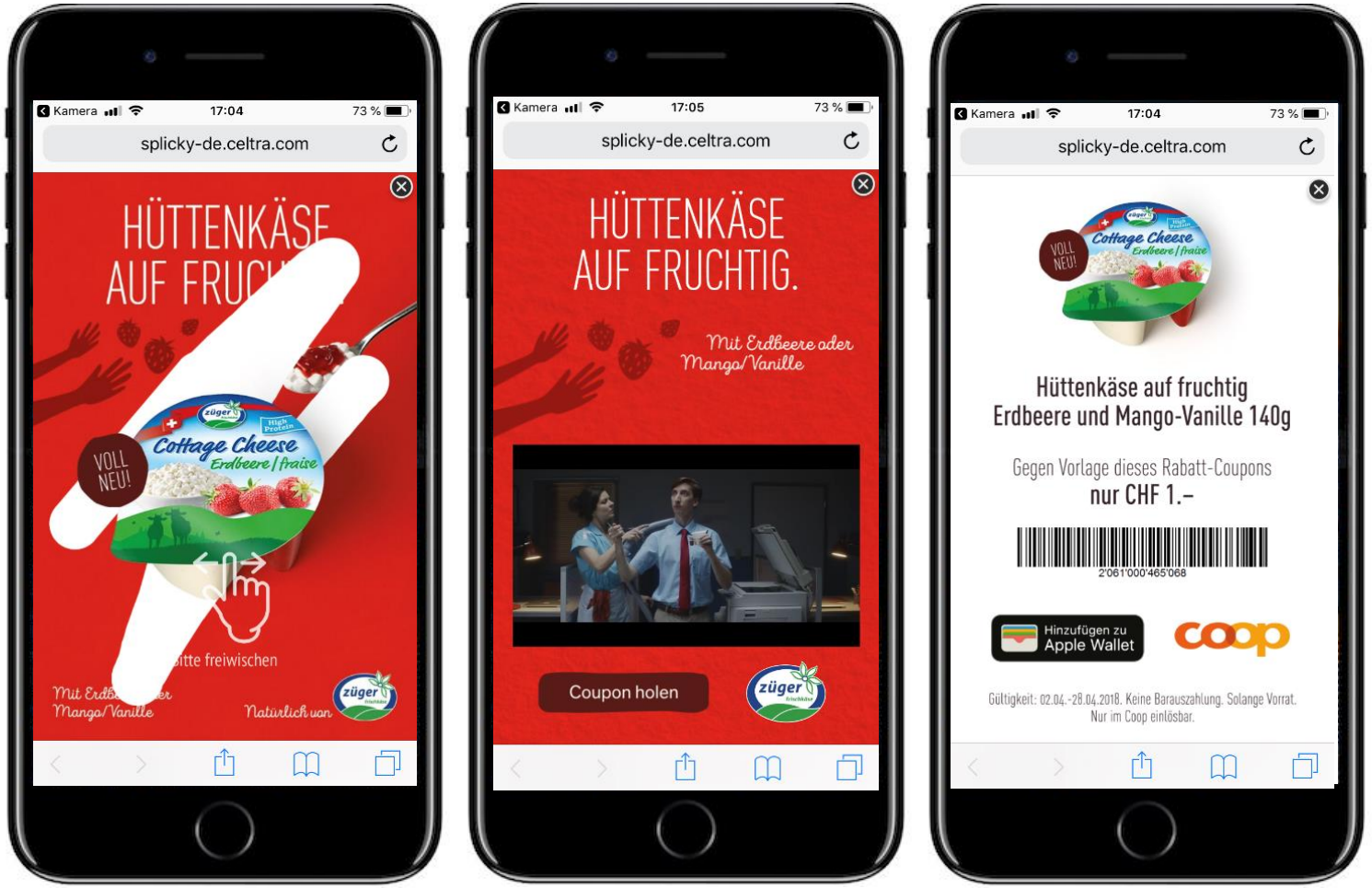
- Bewerbung der neuen Veggies von Biotta mit einem Aktionsrabatt von 20%
- Ausspielung mit einem Radius von 300m um alle Coops in der deutschsprachigen Schweiz
- 1.8 Mio Impressions in 8 Wochen
- Ad Engagment Rate von 8,09%
- Durchschnittliche Aufenthaltsdauer auf dem Werbemittel von 3,24 Sek.
- 1.812 gespeicherte Coupons

Zurück

JADUDA

COUPONING CASE

ZÜGER FRISCHKÄSE

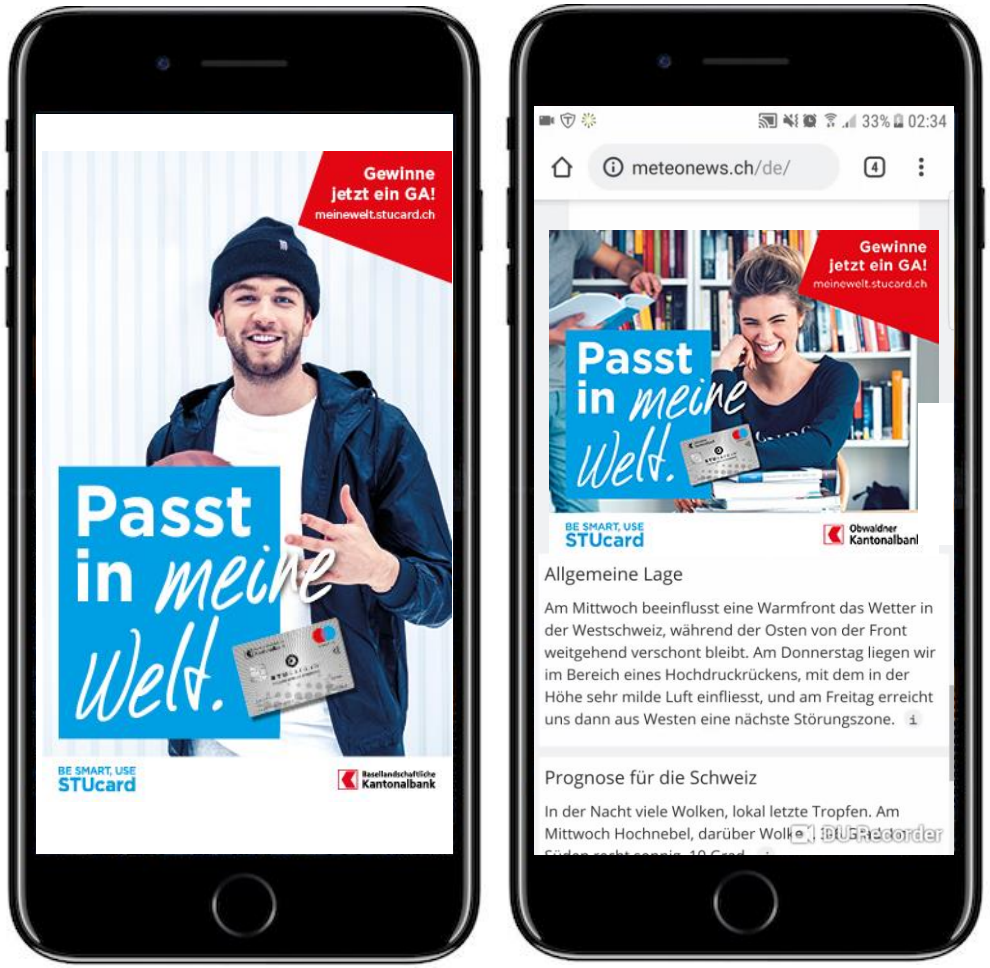


- Bewerbung des neuen Hüttenkäses mit einem Rabatt von 1 CHF anhand verschiedener Rich Media Werbemittel
- 2 Mio Impressions in 10 Wochen
- Ad Engagment Rate von 7,91%
- Durchschnittliche Aufenthaltsdauer auf dem Werbemittel von 3,75 Sek.
- Video Completion Rate von 45%
- 1.910 gespeicherte Coupons

Zurück

LOCATION BASED ADVERTISING

CASE: BASELLANDSCHAFTLICHE KANTONALBANK



- Bewerbung der STUcard mit einem Radius von 800m um die einzelnen Filialen der Basellandschaftlichen Kantonalbank verteilt auf zwei Flights
- Erfolgreiche dauerhafte Optimierung auf eine bestmögliche CTR

- Rectangle Flight 1 → CTR 0,26 %
- Rectangle Flight 2 → CTR 0,38 %
- Interstitial Flight 1 → CTR 1,24 %
- Interstitial Flight 2 → CTR 1,41 %

Zurück

JADUDA

CASE: SALT– LEAD GENERIERUNG

ERGEBNISSE

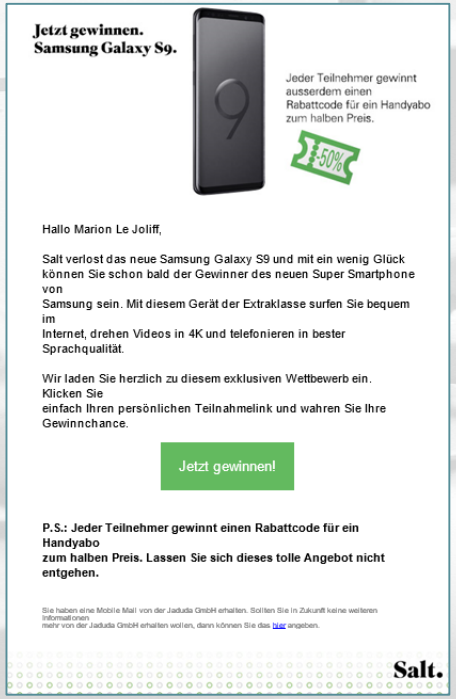
Innerhalb von 9 Monaten wurden mit verschiedenen Aktionen und Incentives Leads über unsere E-Mail Datenbank und verschiedene Facebook Ads, sowie Gewinnspielseiten Leads generiert.

Kampagnendaten:

Zeitraum: April – Dezember 2018

Mobile - Advertising:

- Formate: E-Mail-Newsletter und Facebook
- Erstellung der Mobile-Landingpage durch Jaduda
- Targeting: Verschiedene Sujets für D-CH, F-CH und I-CH
- Abrechnungsmodell: CPL



Ergebnisse:

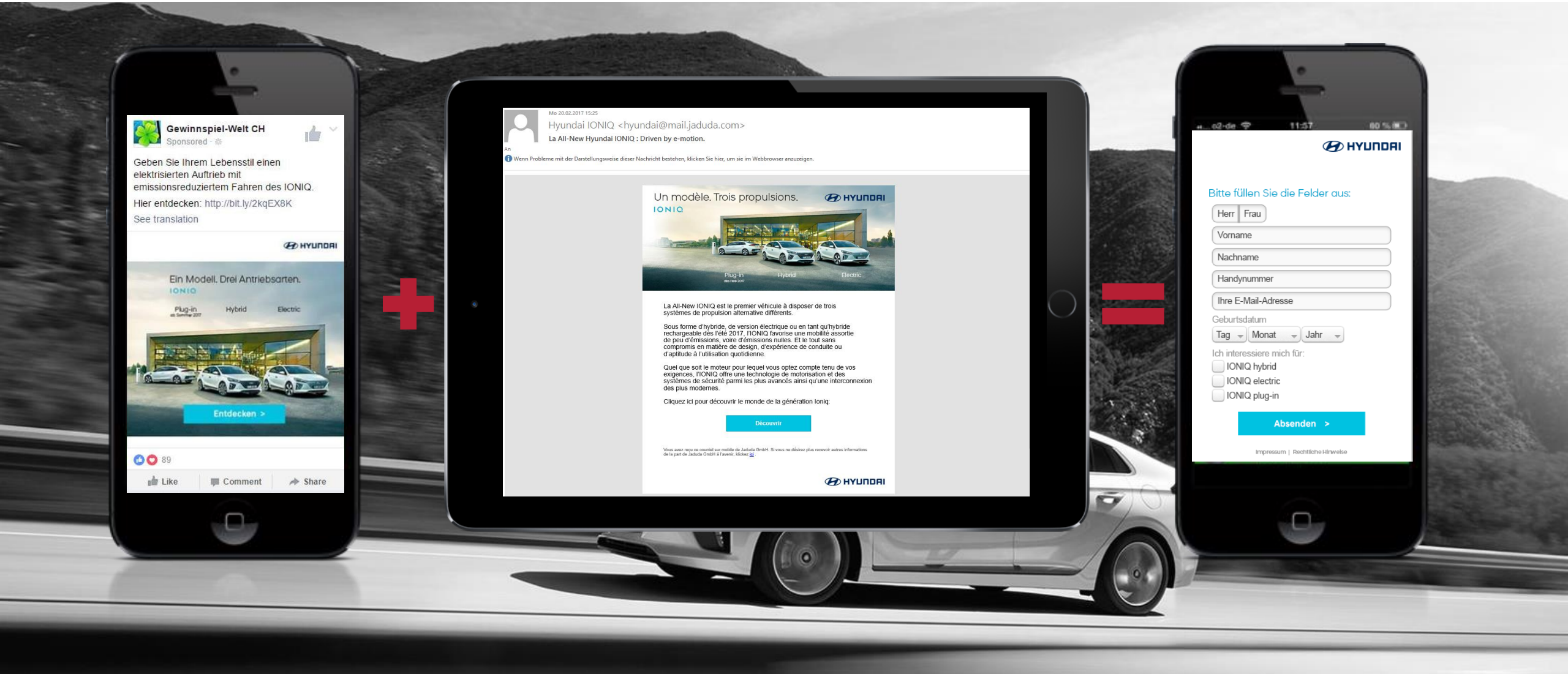
Gesendete Mails:	738.997
Leads:	20.501
FB Reichweite:	318.166
Leads:	2.658

Zurück

JADUDA

CASE LEAD GENERIERUNG

HYUNDAI IONIQ



JADUDA

CASE: HYUNDAI IONIQ – LEAD GENERIERUNG

LANDINGPAGE IM DETAIL

JADUDA

CASE: HYUNDAI IONIQ – LEAD GENERIERUNG

ERGEBNISSE

Zur Markteinführung des HYUNDAI IONIQ in der Schweiz sollten für das Modell Awareness und Leads für Probefahrten generiert werden. Die Umsetzung erfolgte mit Native Ads in Social Media und E-Mail-Marketing in der JADUDA-Community.

Kampagnendaten:

Zeitraum: 4 Wochen (Februar bis März 2017)

Mobile - Advertising:

- Formate: Native Ads, E-Mail-Newsletter
- Erstellung der Mobile-Landingpage durch Jaduda
- Targeting: Verschiedene Sujets für D-CH, F-CH und I-CH
- Abrechnungsmodell: CPL

Ergebnisse:

Impressions Native Ad: 40.000
Versendete Newsletter: 105.000

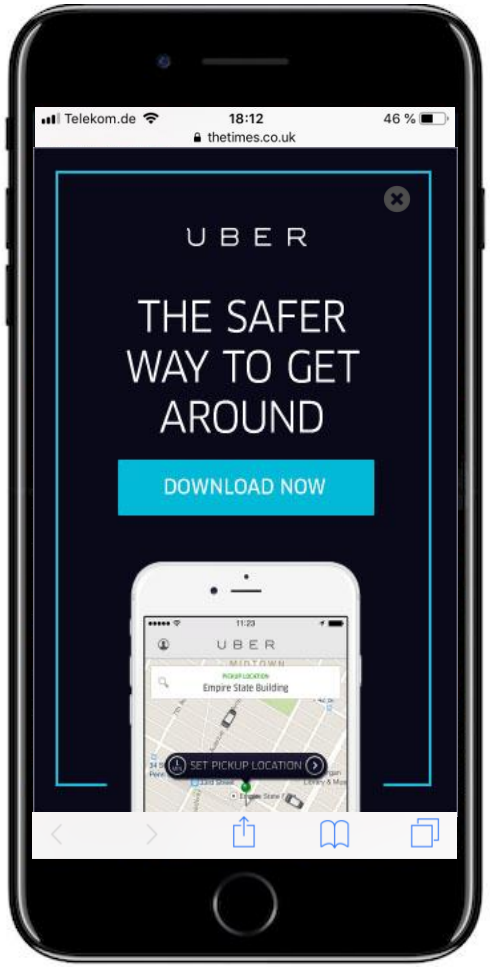
Post Reactions: 323

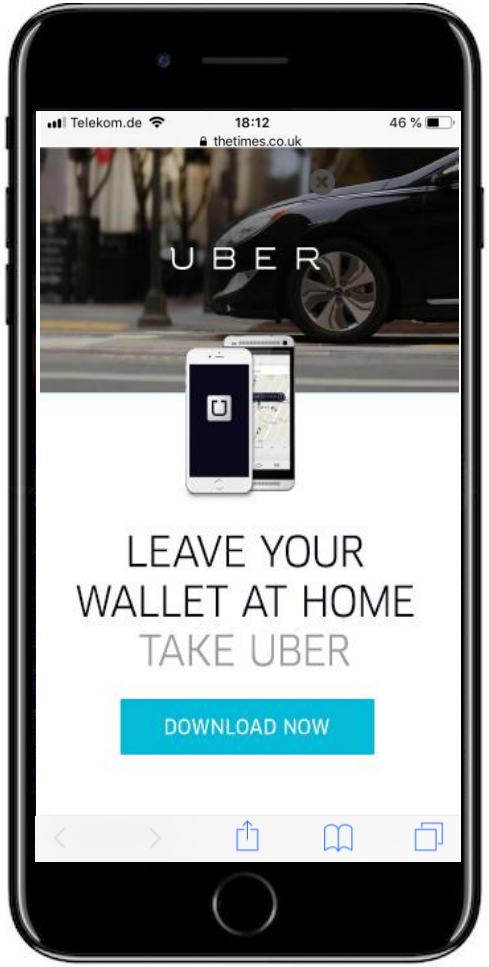
Generierte Leads: 395

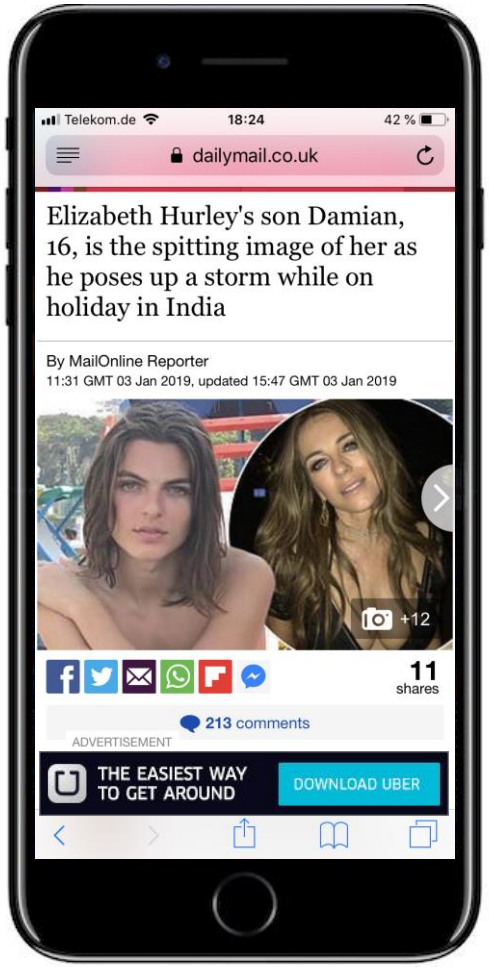
Zurück

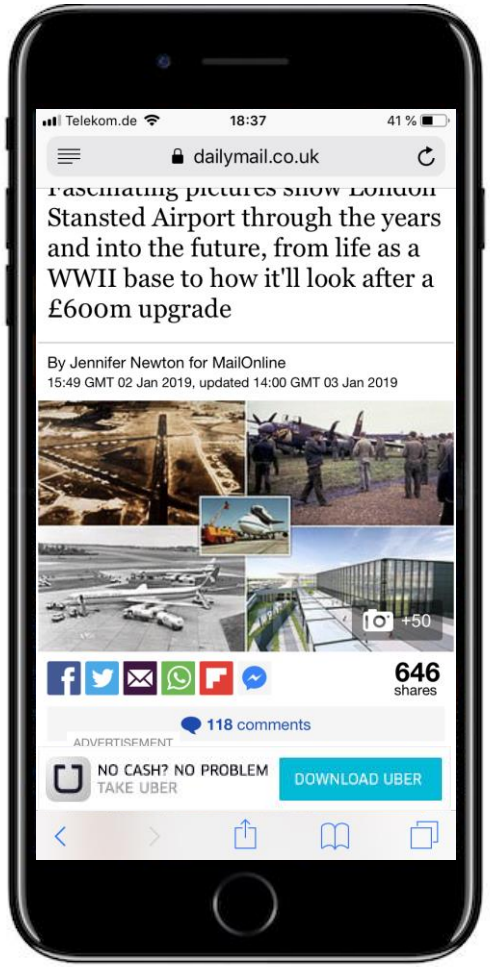
CASE: APP INSTALL

UBER









CASE: UBER – APP INSTALL

ERGEBNISSE

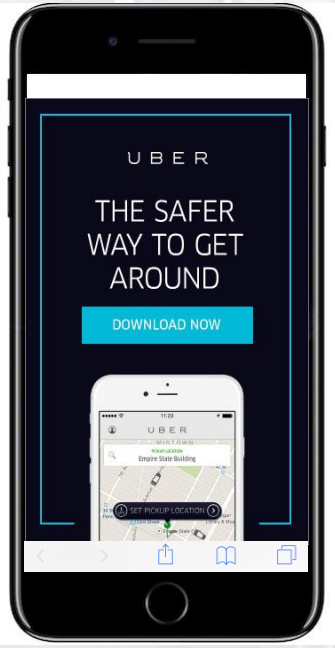
In mehreren Städten in Großbritannien sollte auf den Service Uber aufmerksam gemacht und dessen App promotet werden. Hierbei lag der Fokus nicht nur auf der Installation der App sondern insbesondere auch auf einer ersten Nutzung des Services.

Kampagnendaten:

Zeitraum: 2 Monate

Mobile - Advertising:

- Formate: 320x50 & 320x480
- Targeting: Geschäftsgebiete von Uber kombiniert mit Targeting auf iOS und Android-Devices
- Abrechnungsmodell: CPC



Ergebnisse:

Impressions: 50 Mio. +

CTR: ca. 0,8% (overall)

Optimierung: 10.000 Actions

Conversionrate SignUp: über 2%

Conversionrate 1st Ride: über 1,2%

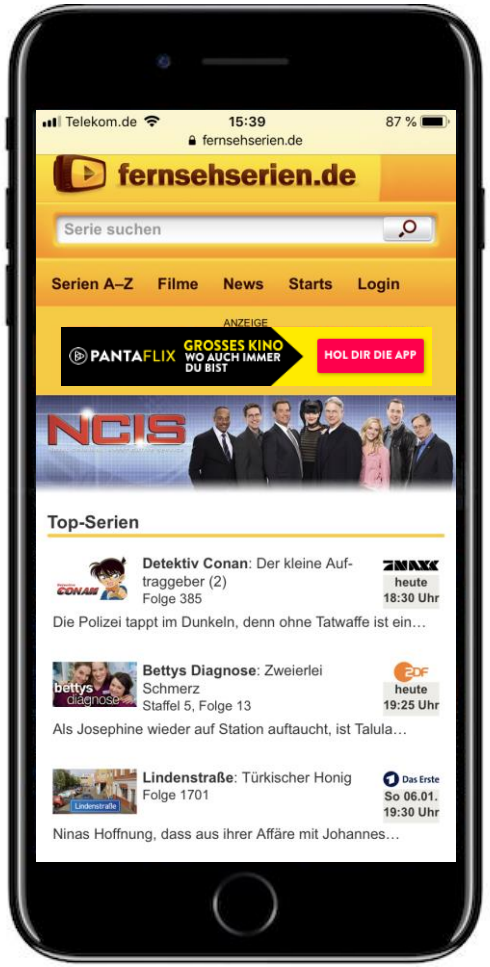
Erfolgreiche Aktivierung der Nutzer!

Zurück

JADUDA

CASE: APP PUSH

PANTAFLIX



JADUDA

CASE: APP PUSH

PANTAFLIX

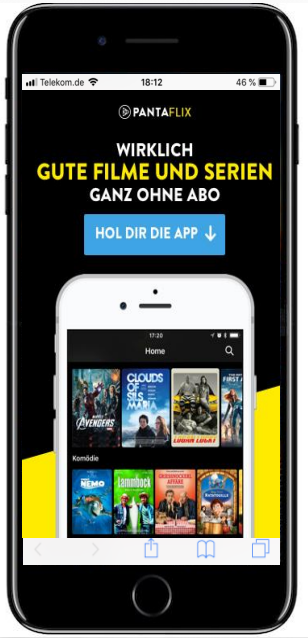
Der Video on Demand Anbieter Pantaflix wollte durch mobile programmatic seine App auf dem deutschen Markt pushen. Ziel waren nicht incentivierte Installs.

Kampagnendaten:

Zeitraum: 6 Wochen

Mobile - Advertising:

- Formate: 320x50, 320x480, Video, Native Ads
- Targeting: Run on Network mit Conversion-Funnel-Optimierung
- Abrechnungsmodell: dynamischer TKP



Ergebnisse:

Impressions: 2 Mio.

CTR: ca. 4,02% (overall)

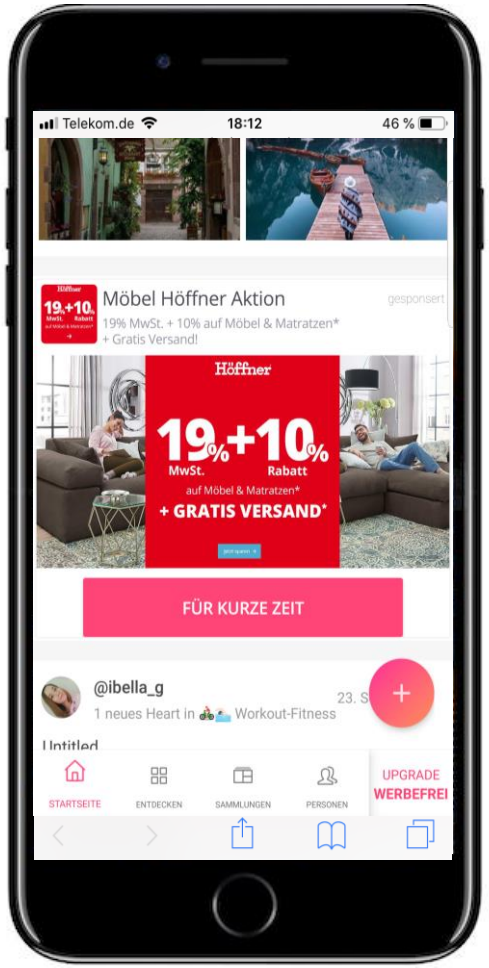
Installs: 443

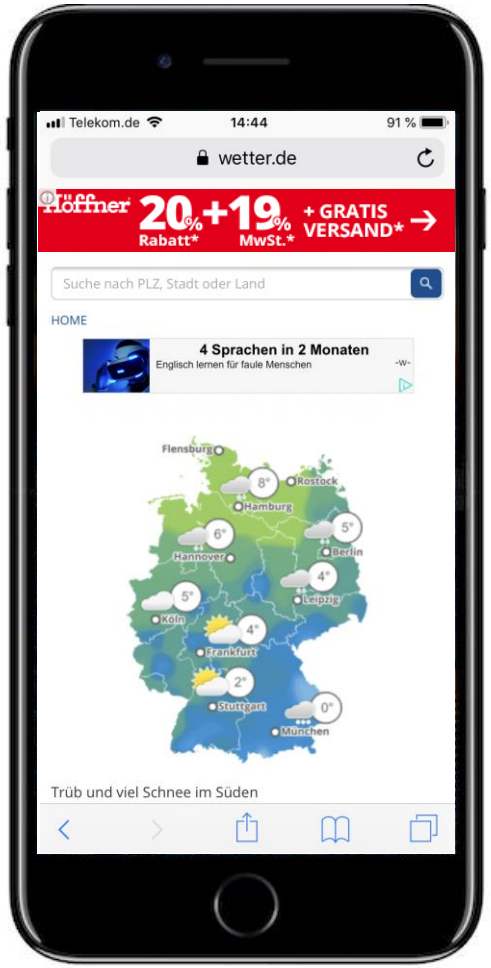
CPI: 7,11€ (overall)
CPI: 2,45€ (nach Optimierung)

Zurück

CASE: SYNCH SCREEN

MÖBEL HÖFFNER





JADUDA

CASE: SYNCH SCREEN

MÖBEL HÖFFNER

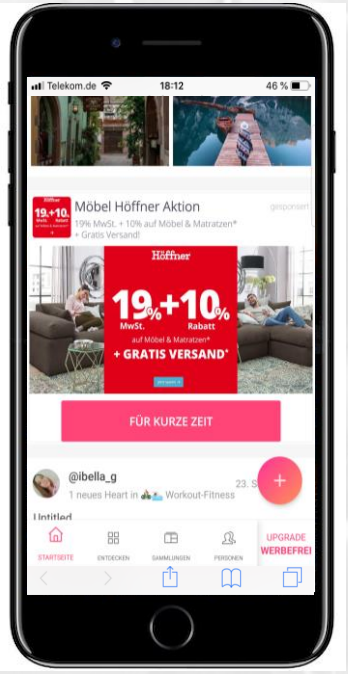
Über drei Monate wurde eigene Spots und Spots der Mitbewerber mit einer Dauer von 5min getargetet. Beworben wurden verschiedene Preisaktionen mit verschiedenen Werbemitteln. Parallel wurde eine Kontrollgruppe ohne Targeting geschaltet.

Kampagnendaten:

Zeitraum: 3 Monate

Mobile - Advertising:

- Formate: 320x50, 320x480, 300x250, Native Ads
- Targeting: Eigene und Mitbewerber Spots
- Abrechnungsmodell: TKP



Ergebnisse:

Impressions: 1 Mio

CTR:

Synchscreen: 1,19%

Kontrollgruppe: 0,98%

Zurück

CASE: SYNCH SCREEN

DESPERADOS

CASE: SYNCH SCREEN

DESPERADOS

Bewerbung der Marke Desperados im Rahmen eines Sponsorings vor während und nach der Sendung „Circus Halligalli“ über mehrere Wochen immer am Montag in der Schweiz. Verlinkung zu Events, Video, #theplus Gewinnspiel.

Kampagnendaten:

Zeitraum: 9 Wochen

Mobile - Advertising:

- Formate: 320x50, 320x480, 768x1024
  300x250, 728x90
- Targeting: Desperado Spots
- Abrechnungsmodell: TKP

Ergebnisse:

Impressions: 1.4 Mio.

CTR: 0,91%

Steigerung der WebVisits im Betrachtungszeitraum um 800%!

Zurück

JADUDA

CASE: DOOH SYNCH

PEUGEOT INKL. RETARGETING

Verlängerung der DooH Kampagne des Peugeot 308 in der Schweiz.
Im Fokus stand die Awareness für den Launch. Zudem wurde ein Retargeting, der in einem Umkreis gesehenen Personen angewand.

Kampagnendaten:

Zeitraum: 4 Wochen

Mobile - Advertising:

- Formate: 300x250
- Targeting: 368 DooH Screens mit einem Radius von 300m
- Abrechnungsmodell: TKP

Ergebnisse:

Impressions: 500.000

CTR Kontrollgruppe: 0,32%

CTR 300m: 0,68%

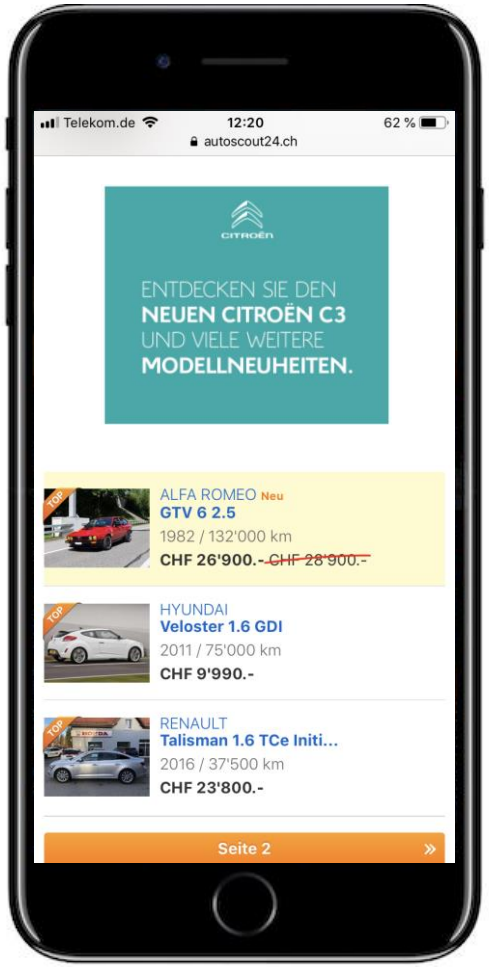
CTR Retargeting: 1,92%

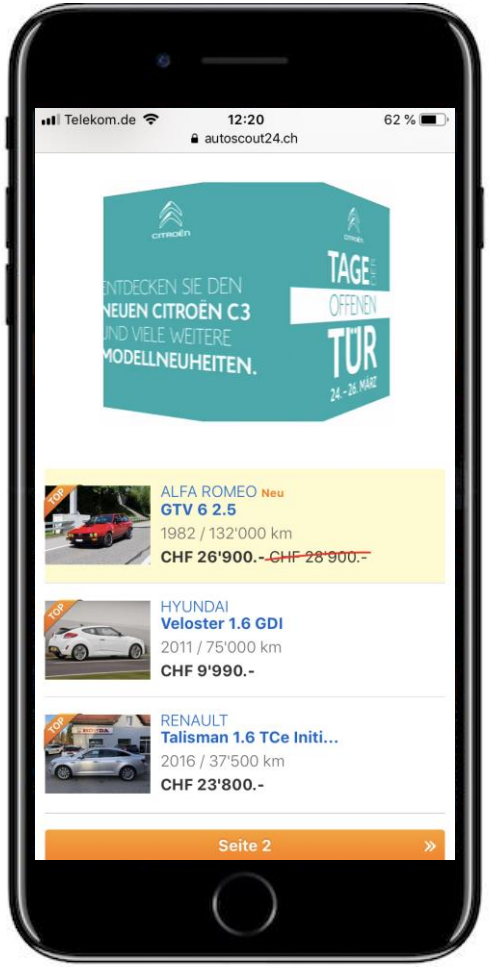
Zurück

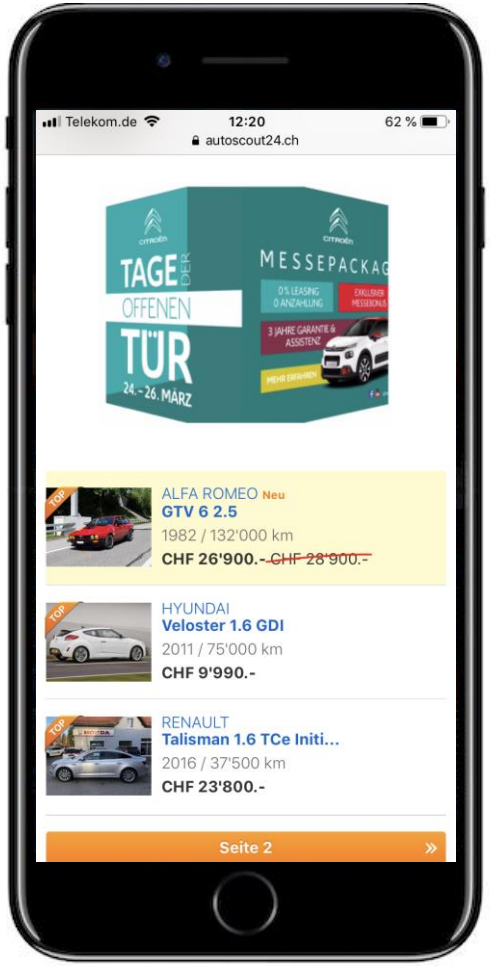
JADUDA

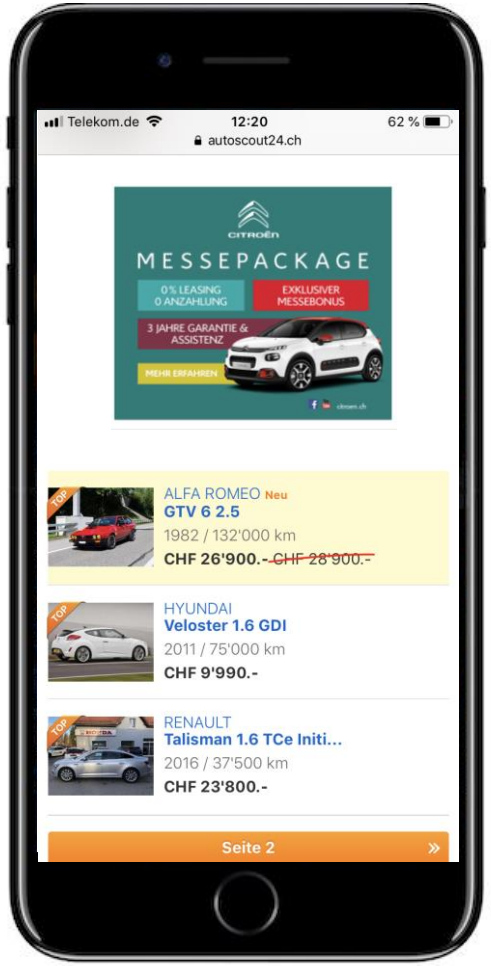
LOCATION BASED ADVERTISING - RETARGETING

CITROËN - GENFER AUTOSALON









JADUDA

LOCATION BASED ADVERTISING - RETARGETING

CITROËN – GENFER AUTOSALON

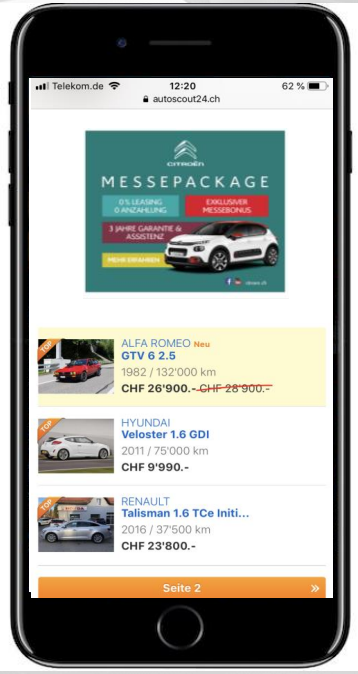
Im Rahmen des Genfer Autosalons hat Citroën ein spezielles Finanzierungsangebot für verschiedene Modelle beworben. Die Konsumenten, welche sich in der Nähe eines mit der Kampagne bespielten DOOH-Screens aufhielten, wurden später per Mobile-Retargeting erneut angesprochen.

Kampagnendaten:

Zeitraum: 2 Wochen

Mobile - Advertising:

- Formate: Cube Ad
- Targeting: Retargeting der Personen, welche sich in der Nähe der DooH Screens aufgehalten haben
- Abrechnungsmodell: TKP



Ergebnisse:

Impressions: 400.000

CTR: 0,35%

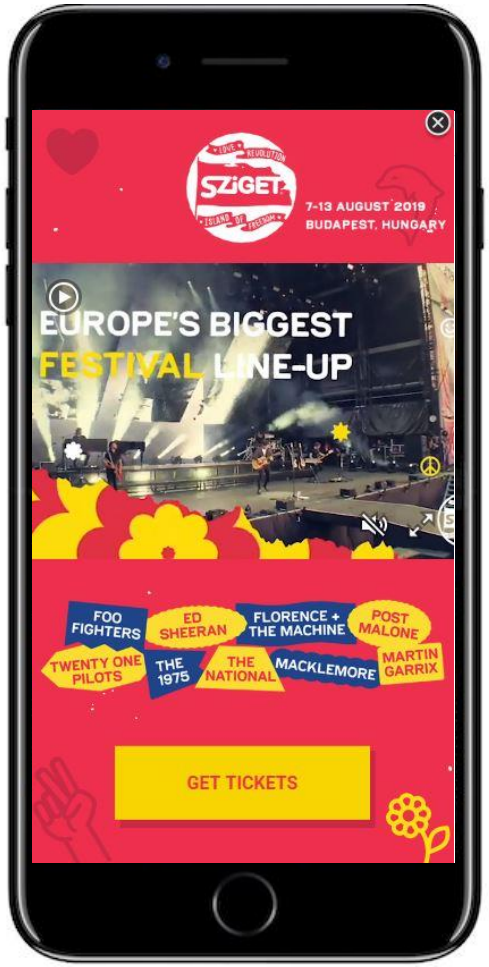
Deutliche Awarness-Steigerung nach „Mobile Remindner“ nach DooH Kontakt

Zurück

JADUDA

DOOH + MOBILE CASE

SZIGET FESTIVAL



JADUDA

DOOH + MOBILE CASE

SZIGET FESTIVAL

Ziel der Kampagne war die Bewerbung des Sziget Festivals in UK, Irland und Frankreich an Orten, welche überdurchschnittlich durch eine jüngere Zielgruppe frequentiert werden. Darüber hinaus wurden Personen, welche sich in einem Radius von 60m um die Screens aufgehalten haben auf Mobile geretargetet.

Kampagnendaten:

Zeitraum: 2 Wochen

Mobile - Advertising:

- Formate: Video Interstitial
- Targeting: Retargeting der Personen, welche sich in der Nähe der DooH Screens aufgehalten haben
- Abrechnungsmodell: TKP

Ergebnisse:

Impressions: ca. 1.000.000

CTR: 1,00 %

Deutliche Steigerung der Bekanntheit des Festivals in den jeweiligen Ländern

Zurück

JADUDA

DOOH + MOBILE CASE

SZIGET FESTIVAL

Ziel der Kampagne war die Bewerbung des Sziget Festivals in UK, Irland und Frankreich an Orten, welche überdurchschnittlich durch eine jüngere Zielgruppe frequentiert werden. Darüber hinaus wurden Personen, welche sich in einem Radius von 60m um die Screens aufgehalten haben auf Mobile geretargetet.

Kampagnendaten:

Zeitraum: 2 Wochen

DooH - Advertising:

- Formate: 10 Sek. Video / Bild
- Targeting: Auswahl an hoch frequentierten Screens
- Abrechnungsmodell: TKP

Ergebnisse:

Playouts: ca. 1.2 Mio.

Bruttoreichweite: 2.3 Mio

Deutliche Steigerung der Bekanntheit des Festivals in den jeweiligen Ländern

Zurück

LOCATION-BASED

CASE: H&M DOOH + MOBILE + SYNCHSCREEN

Kampagnendaten & Ergebnisse:

Ziel:

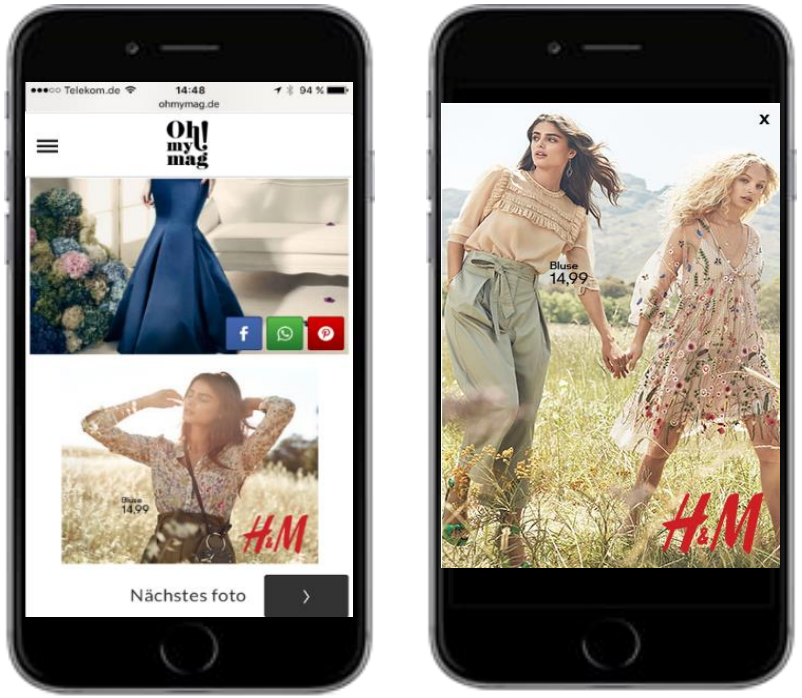
- Bewerbung der Spring Fashion (Branding)

Targetings:

- Location-Based auf H&M-Filialen (CTR 0,51%)
- DOOH-Standorte (CTR 0,64%)
- SynchScreen TV-Targeting auf H&M TV-Spot (CTR 0,68%)
- Jeweils in Kombination mit AdSquare Audience-Targetings bzw. GPS-Targeting auf Out-Of-Home-Flächen mit H&M Plakaten

Ergebnisse

- Über 2 Mio. Ad Impressions ausgeliefert
- CTR > 0,6 – deutlicher Uplift durch LBA und TV!



Zurück

JADUDA

THANK YOU WITH PASSION

Jaduda GmbH
Kamil Friebel
Head of Sales

T: +49 30 609 402 79
M: +49(0) 176 225 975 63
kf@jaduda.com
www.jaduda.com