YouTube for Action | Werbung

Mit YouTube mehr Kunden zu Interaktionen bewegen

WARUM WERBUNG BEI YOUTUBE FUNKTIONIERT

- Im vergangenen Jahr stiegen die Conversions für YouTube-Anzeigen in Deutschland um das Sechsfache.[1]
- Conversions in der deutschen Automobilindustrie haben sich über das letzte Jahr mehr als verdoppelt. [2]

MIT DEN NEUESTEN FUNKTIONEN DIE GEWÜNSCHTEN ERGEBNISSE ERZIELEN

TrueView for Action

Mit TrueView for Action können Sie eine Schaltfläche mit einem Link zu Ihrer Website einfügen, damit interessierte Nutzer Artikel direkt kaufen, ein Angebot einholen oder weitere Informationen erhalten können. Sie haben die Möglichkeit, den Call-to-Action (CTA) individuell anzupassen – und bezahlen nur, wenn Nutzer interagieren.

Standorterweiterungen

Möchten Sie Ihre Ladenverkäufe steigern? Wenn Sie Ihren TrueView-Anzeigen Standorterweiterungen hinzufügen, erhalten interessierte Nutzer weitere Informationen zu Ihrem Unternehmen. Befindet sich ein potenzieller Kunde in der Nähe oder interessiert er sich für die Gegend, sieht er unter anderem den Geschäftsstandort, Kontaktdaten und Öffnungszeiten.

TrueView for Google Shopping

Mit TrueView for Google Shopping können Sie in Videoanzeigen Produktdetails und Shoppinglinks einfügen. So haben Nutzer die Möglichkeit, die beworbenen Artikel direkt zu kaufen.

Benutzerdefinierte Zielgruppen mit gemeinsamer Absicht (kommt bald)

Damit erreichen Sie Nutzer auf YouTube, die kürzlich auf Google eine zu Ihrem Unternehmen passende Suchanfrage gestellt haben. Bei den neuen benutzerdefinierten Zielgruppen mit gemeinsamer Absicht geben Sie einfach Ihre Keyword-Liste ein und wir aktualisieren die Ausrichtung in YouTube laufend mit neuen Nutzern, die vor Kurzem nach diesen Keywords gesucht haben.

SO SIND UNTERNEHMEN MIT YOUTUBE ERFOLGREICH

> "Dank TrueView for Action und Geboten mit Ziel-CPA (Cost-per-Acquisition) konnten wir ansprechende Calls-to-Action in unsere Anzeigen integrieren. Außerdem konnten wir unsere Kosten um 80 % senken und Zuschauer zu regelmäßigen Nutzern machen."

Stefan Petzinger, VP of EU Brand Marketing, KAYAK

↓ 60%
höherer Cost-per-conversion

↑ 71%
über 7 Tage

[1]Quelle: YouTube Daten, DE, 16. Juni – 17. Mai vs. 17. Juni – 18. Mai.
[2]Quelle: Google Interne Daten, Deutschland, 06. Januar 2016 – 05. Januar 2017 vs. 06. Januar 2017 – 05. Januar 2018.

INTERAKTIONEN LEICHT MACHEN

	Websitezugriffe	Lead-Generierung	Shopping
Funktion verwenden	TrueView for action*		TrueView for shopping
CTA-Beispiele	BUCHEN MEHR HIER	ANGEBOT ANMELDEN	KAUFEN

* Für App-Installationen eignen sich unsere universellen App-Kampagnen am besten.

MASSGESCHNEIDERTE VIDEO-CREATIVES FÜR MEHR AKTIONEN

Motivieren Sie Ihre Kunden
mit einem klaren Call-to-Action.

Sichern Sie sich Ihre Aufmerksamkeit
schon in den ersten 5 bis 10 Sekunden.

Halten Sie Ihr Video kurz
15 bis 30 Sekunden sind ideal.

Wiederholen Sie Ihren Call-to-Action
im gesprochenen Text und in den Grafiken.

Präsentieren Sie Ihre Produkte
nicht nur ein Logo.

Gestalten Sie für mobile Geräte
großer Text und Grafiken kombiniert mit knalligen Farben

Vorbereitung

Bitte richten Sie Conversion-Tracking ein, um unsere neuesten Funktionen nutzen zu können.

BEST PRACTICES FÜR DEN ZIEL-CPA (COST-PER-ACQUISITION)

Bei der Smart-Bidding-Technologie von Google werden mit Hilfe von maschinellem Lernen 70 Millionen Faktoren analysiert, damit Sie die maximale Anzahl an Conversions für Ihr jeweiliges Ziel erreichen.

Anzahl an Conversions

Legen Sie mindestens 50 Conversions pro Woche fest – je mehr, desto besser. Denn die Ziel-CPA-Prognose und die Leistungsqualität stehen in direktem Zusammenhang mit der Anzahl an Conversions.

$ Ausreichendes Budget

Ihr Budget sollte mindestens das 20-Fache Ihres CPA-Gebots betragen, damit genügend tägliche Conversions für das maschinelle Lernen möglich sind.

Kampagnendauer

Für die Gebotsstrategie sollten mindestens 7, idealerweise sogar 14 Tage festgelegt werden. Dadurch können das maschinelle Lernen optimiert und Anpassungen für mehr Conversions vorgenommen werden.

Weitere Informationen finden Sie auf youtube.com/ads. YouTube