



FACTSHEET PERFORMANCE DISPLAY

NATIVE ADVERTISING

In einer Welt tausender Anzeigenkontakte und einer Fülle von Marken und Diensten suchen Nutzer nach Relevanz, welche die Basis einer potentiellen Nachfrage und Aufbau von Markenbekanntheit ist. Native Ads ermöglichen Marken ihre Botschaft relevanter und wirkungsvoller zu gestalten und ihre Key Performance Indikatoren effektiver zu steuern. Native Werbung ist nicht bloß eine einzelne Anzeige, sondern eine Reihe von Möglichkeiten deren Gemeinsamkeit es ist, dass ihre Botschaft im Moment der Anzeige viel stärker auf das Umfeld und den Nutzer abgestimmt ist. Unsere userzentrierten Native-Werbemittel bilden die Basis von Display-Kampagnen und gewährleisten durch unsere innovative Tracking-Technologie und kontinuierlichen Analysen von Verhaltensdaten und userspezifischen Merkmalen genau die User anzusteuern, bei denen ein Kaufabschluss statistisch am wahrscheinlichsten und für welche ihr Inhalt am relevantesten ist. So schaffen wir ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Awareness und Response auf zielgruppenorientierten Mediaumfeldern in unserem zentral verwalteten Performance-Netzwerk. Klassisches Display Marketing wird zu datengetriebenem Marketing: Performance Display Native Ads.



- **Userzentrierte Werbung:** Datengetriebene, redaktionelle Nutzeransprache für weniger Streuverluste bei echtem Nutzerinteresse
- **Mobile First:** Native Ads erreichen Ihre Interessenten automatisiert auf allen Geräten und in Stil und Form ihrer jeweiligen Umgebung
- **Premium-Reichweite:** tausende hochwertige Webseiten aus ganz Europa gebündelt in einem exklusivem Performance Netzwerk
- **Positive Markenwahrnehmung:** freiwilliger Werbekonsum durch unaufdringliches native Bild-Text-Format
- **Geringes Kostenrisiko:** Performancebasierte Abrechnungsmöglichkeit auf CPO, CPL, CPM, CPC oder Hybrid-Basis
- **Markensichere Aussteuerung:** Einhaltung sämtlicher EU/EG-Datenschutzrichtlinien sowie umfangreicher Brand-Safety-Maßnahmen

Zusammenfassung:

Native Ads schaffen eine enorme Reichweite und können mit geringem Organisationsaufwand umgesetzt werden, um unterschiedliche Ziele zu erreichen: User Engagement und Markenbekanntheit steigern, Brand Awareness erhöhen, Leads und Conversions generieren, Brand Trust und Customer Loyalty stärken oder sie dienen zur Lead- und Traffic-Generierung bei Verkaufsförderungen als ergänzende Maßnahme zu TV- und Print- und weiteren Onlinekampagnen bei gleichzeitig hoher Akzeptanz durch die Nutzer.



The Reach Group hat sich zum Ziel gesetzt, digitale Kommunikation effizienter und effektiver zu machen. Im Kern steht für uns dabei eine konsequente Zentrierung auf den Endkunden. Werbemaßnahmen werden dynamisch und personalisiert unter Berücksichtigung von aktuellen Datenschutzrichtlinien auf die Bedürfnisse des Konsumenten innerhalb seiner Customer Journey adressiert – vom ersten Kontakt mit einer Marke über den Kaufentscheidungsprozess bis zur langfristigen Markenbindung.