



MOBILE WERBEMODELLE

1. CPM: Cost per Million, Kosten je 1.000 Sichtkontakte

- Beschreibung: gekauft werden Sichtkontakte (Displaywerbung). Portale weisen verfügbare AdImpressions je Monat (oder Zeitraum) aus. Im mobile Bereich ist derzeit noch nicht bei allen mobilen Medien die TAG-in-TAG Schaltung möglich. Sprich keine Live-Statistiken sondern oftmals manuelle Excel-Reports der tatsächlich ausgelieferten AdImpressions am Ende der Kampagne.
- Eigenschaften: Zeitraum ist gut bis sehr planbar, Klicks (Klickrate) ist nicht planbar.
- Zusatzinfo: Diese Werbeform bevorzugen viele Portale da man als Medium einfach nach Pls sein Inventar messen und monetarisieren kann. CPM Preise sind im Mobile Bereich verglichen zu Online hoch (ca. 4 bis 8 fach). TKPs von 20 Euro bis 99 Euro sind in Österreich in Standardpreislisten für Mobile Displaywerbung vorzufinden. Dies gilt sowohl in Apps oder in Portalen für Displaywerbung.
-

2. CPC: Cost per Klick (Kosten per Klick)

- Beschreibung: gekauft werden Klicks (Performancewerbung). Zumeist von so genannten blinden Ad-Netzwerken aber auch vereinzelt von Portalen direkt angeboten und an nicht prominenten Plätzen (z.B. in Subportalen und nicht auf der Startseite) buchbar.
- Eigenschaften: Zeitraum der Auslieferung ist schwer planbar. Klicks die man bekommt sind planbar da dies im Vorneherein bei der Buchung festgelegt wird. Achtung: es gibt Sonderformen von CPC - siehe FCPC oder DCPC
- Zusatzinfo: Diese Werbeform ist vorwiegend nur bei blinden Ad-Netzwerken oder in speziellen Bereichen in Subportalen oder in internationalen Apps verfügbar. Blinde Ad-Netzwerke heissen deswegen so da sie viele Portale und Apps für die CPC Werbung im Portfolio haben, die Medien aber nicht nennen wo ausgeliefert wird um die Klicks zu erreichen.
-

3. FCPC: Fixed Cost per Click (Fixe Kosten per Klick)

- Beschreibung: Wie CPC nur gibt man bei blinden Ad-Netzwerken welche dies zulassen einen fixen Klickpreis an den man zahlt. Die Anzahl der Klicks die ausgeliefert werden ist somit schon zu Beginn der Kampagne fix.
- Eigenschaften: Zeitraum schwer planbar. Klicks sehr gut (fix) planbar.
- Zusatzinfo: Sonderform von CPC.
-

4. DCPC: Dynamic Cos per Click (Dynamische Kosten per Klick)

- Beschreibung: Wie bei CPC. Man gibt einen maximalen Klickpreis an bei der Buchung. Das blinde Ad-Netzwerk bucht aber immer zum günstigsten Preis (wenn man hoch genug geboten hat). Somit kann die Anzahl der Klick höher sein als man erwartet wenn das blinde Ad-Netzwerk unter dem maximalen Klickpreis ausliefert.
- Eigenschaften: Zeitraum schwer planbar. Klicks teilweise planbar (können mehr sein am Ende).
- Zusatzinfo: Sonderform von CPC.

-

5. Time-based: zeitbegogen

- Beschreibung: Man bucht einen fixen Zeitraum (z.B. 2 Wochen) ohne die möglichen Als oder Clicks zu wissen vorher.
- Eigenschaften: Zeitraum sehr gut (fix) planbar. Klicks und Sichtkontakte nicht exakt planbar.
- Zusatzinfo: Diese Werbeform findet sich vor allem in Portalen oder Apps die "neu" am Markt sind und noch wenig Inventar (Pis) haben.

-

6. Je Kontakt/SMS/MMS: Kosten pro Nachricht

- Beschreibung: Man schickt eine gewisse Anzahl an SMS, MMS oder Nachrichten targeted an eine Zielgruppe von Personen welche Profildaten hinterlegt haben und aktiv dem Erhalt von Werbung zugestimmt haben aus.
- Eigenschaften: Zeitraum sehr gut (fix) planbar. Sichtkontakte planbar, Klicks nicht planbar. Sehr gutes Targeting möglich.
- Zusatzinfo: Diese Werbeform ist sinnvoll, wenn man ein Panel hat das Einwilligung zum Erhalt von Werbemitteilungen via SMS etc. gegeben hat (wie z.B. tele.ring Gesponserter Basta Kunden oder sms.at Kunden in Österreich). Die Preise je Kontakt SMS/MMS liegen in Österreich zwischen 0,15 Euro und 0,30 Euro laut Standardpreislisten.