

SPONSORED CONTENT CHECKLISTE

Unser Guide für deinen Erfolg mit Sponsored Content

Dieser Guide hilft dir bei der Erstellung von Sponsored Content - egal ob du Anfänger oder Profi bist! Wir zeigen dir die Best Practices, um deine Kampagnen auf Erfolg zu programmieren.

Um unseren Werbepartnern dabei zu helfen, das Beste aus ihren Kampagnen rauszuholen, haben wir eine ausführliche Checkliste mit Tipps, Tricks und Empfehlungen zu folgenden Themen zusammengetragen:

AD CREATIVES

Headlines und Bilder, die Aufmerksamkeit und Klicks erzielen.

AUDIENCE TARGETING

Strategien, um mit deinem Content die richtige Zielgruppe am richtigen Platz und zur richtigen Zeit zu erreichen.

LANDING PAGES

Empfehlungen für die Inhalte nach dem Klick.

ERFOLGSMESSUNG

Die richtigen KPIs identifizieren und Performance messen.

A/B TEST

Herausfinden, was wirklich funktioniert.

UND VIELES MEHR.

Diese Best Practices werden dir beim Aufsetzen, Testen und Optimieren deiner nächsten Sponsored Content Kampagne helfen.

CREATIVE BEST PRACTICES

Die richtige Gestaltung der Ad Creatives ist von entscheidender Bedeutung, denn wenn diese richtig gestaltet werden, erzeugen sie Aufmerksamkeit und generieren Klicks - der Auftakt für eine erfolgreiche Kampagne.

Bilder

- Meine Bilder sehen nicht wie Stock-Fotos aus.
- Meine Bilder haben einen Fokuspunkt und können auf verschiedene Größen zugeschnitten werden, ohne diesen Fokus zu verlieren.
- Mein Bildhintergrund ist nicht störend.
- Sofern Menschen in meinem Bild sind, kann ich ihre Augen sehen.
- Mein Produkt ist im Bild.
- Mein Text im Bild ist leicht verständlich - oder - ich habe alle benötigten Informationen in der Headline erwähnt (noch besser).
- Ich habe trends.taboola.com unter meinen Lesezeichen im Browser gespeichert, um mich mit den neuesten Trends auf dem Laufenden zu halten.
- Meine Bilddatei ist maximal 2.5 MB groß und entweder im JPEG (empfohlen), JMP, PNG, WEBP, oder GIF Format.
- Meine Bilddatei ist 1000 x 600 Pixel (minimum) groß, um auf allen Platzierungen ausgespielt zu werden.

Headlines

- Ich adressiere meine Zielgruppe oder ich verwende Dynamic Keyword Insertion (DKI) Targeting, um sie anzusprechen.
- Ich habe mein Produkt oder meine Dienstleistung erwähnt (z.B. Kreditkarte, Schuhe, Versicherung...).
- Ich verwende nicht mehr als 50 Zeichen für Desktop-Headlines und nicht mehr als 75 Zeichen für Tablet- und Mobile-Headlines.
- Mein Branding-Text hat mindestens 30 Zeichen.
- Die wichtigsten Informationen sind in meiner Headline.
- Ich habe meine Headline mit dem Taboola Keyword Analyzer unter trends.taboola.com getestet, um die bestmögliche CTR zu erzielen.

Allgemeine Creative Tipps

- Meine Creatives geben keine falschen Versprechen. Wenn ein User auf mein Ad klickt, ist er nicht überrascht von den Inhalten auf der Landing Page.
- Ich teste 7-9 verschiedene Creatives per Kampagne, um die besten Resultate zu erzielen. Das können 3 Headlines und 3 Bilder in verschiedenen Kombinationen sein.



TARGETING

Strategien, um mit deinem Content die richtige Zielgruppe am richtigen Platz und zur richtigen Zeit zu erreichen.

- Meine Targeting Parameter sind breit ausgelegt, um Taboola's Reichweite voll auszuschöpfen und zu analysieren, bei welchen Zielgruppen meine Kampagnen Aufmerksamkeit gewinnen.
- Ich habe Taboola's Audience Segment und Third-Party Data Optionen überprüft.
- Ich verwende Targeting-Optionen wie Retargeting, Geotargeting und andere.
- Ich nutze A/B-Tests, und teste so einen Zeitaspekt (Jahr, Woche, Tag etc.) oder eine Plattform (Desktop, Mobile, Tablet), um meine Performance zu optimieren.

LANDING PAGES

Den Klick hast du - jetzt solltest du das Beste aus deiner Landing Page rausholen.

- Ich teste mindestens mit 2 verschiedene Landing Pages in zwei verschiedenen Kampagnen.
- Die Inhalte meiner Landing Page entsprechen den Inhalten auf meiner Anzeige.
- Ich erkläre den Usern, warum sie mein Produkt benötigen und wer wir sind.
- Ich verwende keine irrelevanten Informationen, die als Platzfüller dienen.
- Mein CTA (= Call to Action) ist nicht an oberster Stelle der Landing Page.
- Die Kopfzeile meiner Landing Page enthält alle wichtigen Informationen, sodass die User weiter zum Ende der Seite scrollen und dann wieder nach oben können, bevor sie entscheiden, ob sie auf der Seite bleiben oder nicht.
- Nach einem 1/3 der Seite habe ich einen CTA gesetzt.
- Am Ende der Seite habe ich einen CTA gesetzt.
- Meine CTAs enthalten das Leistungsversprechen direkt im Text.

ERFOLGSMESSUNG

Behalte die Performance deiner Ads im Auge.

- Ich habe das Taboola Pixel implementiert, um das Tracking und Messen meiner Kampagnen zu vereinfachen.
- Ich betrachte die gesamte Customer Journey, nicht nur das Ende oder den Anfang, und weiß, dass es viele Touchpoints gibt, bevor ein Kauf getätigt wird.
- Ich habe primäre und sekundäre KPIs identifiziert, die meinen Geschäftszielen entsprechen, damit ich den vollen Überblick über den Erfolg einer Kampagne habe.



A/B-TESTS

Testen ist der Schlüssel zum Erfolg, aber richtiges Testen will gelernt sein.

- Ich A/B-teste so wenige Parameter wie möglich zu einem bestimmten Zeitpunkt.
- Es kann große Abweichungen zwischen einer guten und einer schlechten Headline geben. Ich stelle sicher, dass ich verschiedene Headlines teste (Headlines, die auf eine Liste hinweisen z.B. *Entdecke die 4 schönsten Gebiete der Schweiz*; Headlines, die eine Frage stellen oder auch Headlines, die eine bestimmte Zielgruppe direkt ansprechen), um zu verstehen, welche Strategie am besten funktioniert.
- Ich denke daran, dass A/B-Tests niemals enden und ich immer testen sollte.

BIDDING BEST PRACTICES

Hole das Maximale aus der Kampagne mit deinem gesetzten Budget.

- Ich habe Ads mit nur wenigen Conversions nach 300-500 Klicks pausiert.
- Wenn der CPA hoch ist, versuche ich zuerst Gebote auf einzelnen Publisher-Seiten anzupassen, bevor ich Publisher komplett blockiere.
- Ich verringere das Gebot nur auf Websites, wenn ich mehr als 300 Klicks bei einem CPA, der 3x höher ist als mein Ziel-CPA, erziele.
- Ich blockiere eine Seite nur, wenn ich nach 500 Klicks keine Conversions erhalten habe.
- Ich habe die Gebote auf den Websites, die am besten performen, um 25-50% gesteigert, um die Wettbewerbsfähigkeit zu steigern.
- Ich habe Always-On-Kampagnen berücksichtigt, wenn meine Budget- und Angebots-Parameter dies zulassen.
- Ich verwende Taboola's Smart Bid Tool, da Advertiser hiermit bessere Erfolge verzeichnen als mit manuellem Bidding.

WIE VERMEIDE ICH DAS ABLEHNEN MEINER KAMPAGNE?

Starte deine Kampagne so schnell wie möglich - ohne Warteschleife!

- Meine Thumbnail Bild/Video Creatives, Headlines und Landing Pages sind gemäß Taboola's Campaign Quality Rating Guidelines angepasst.
- Die Größe meines Thumbnail Bildes ist mindestens 1000 x 600 px.
- Meine Thumbnail Bild/Video Creatives und Headlines stimmen mit dem Content auf meiner Landing Page überein.
- Ich habe die Erlaubnis, meine Thumbnail Bild/Video Creatives und alle Inhalte auf meinen Landing Pages zu verwenden.
- Meine Headlines und die Inhalte meiner Landing Pages sind grammatikalisch korrekt und stellen keine übertriebenen oder unbegründeten Behauptungen auf.
- Mein Produkt oder meine Dienstleistung ist in den Regionen, in den mein Ad ausgespielt wird, konform und ist gemäß *Taboola's Prohibited Contents, Products, and Services Guidelines* nicht verboten.
- Meine URLs funktionieren.

DIESE HILFSMITTEL SOLLTEST DU DIR MERKEN

Folgende Ressourcen werden durchgehend aktualisiert und helfen dir beim Erfolg deiner Kampagnen:

- ❑ **Taboola's Help Center:** unser Help Center ist unverzichtbar und hilft dir mit einer Vielzahl an Artikeln mit Best Practices, Tipps und Tricks für das Optimieren deiner Sponsored Content Kampagnen.
- ❑ **Taboola Trends:** Wir analysieren Millionen von Kampagnen und präsentieren die Resultate auf dieser Seite. Willst du wissen, welcher deiner Titel am besten performt, ob du lieber ein schwarz-weißes oder farbiges Bild verwenden solltest und was die Top Trends in unserem Netzwerk für deine Zielregion sind? Dann schau auf Taboola Trends.
- ❑ Mit **Taboola's Title und Thumbnail Best Practices** überprüfst du ganz einfach, ob du das richtige Format für deine Creatives verwendest.
- ❑ Auf unserem **Blog** veröffentlichen wir wöchentlich neue Blogartikel zu verschiedenen Themen wie Performance Marketing, Lead Generation und auch Case Studies von erfolgreichen Advertisern.
- ❑ Ich weiß, dass es dauern kann bis ich erste Resultate sehe, aber mit den genannten Best Practices schaffe ich einen hervorragenden Ausgangspunkt.

Von der sorgfältigen Auswahl deiner Creatives bis hin zu durchdachten A/B-Tests - es gibt zahlreiche wichtige Bausteine, die zu einer einzigartigen Sponsored Content Kampagne mit Taboola führen.

Egal ob du gerade erst anfängst oder schon viel Erfahrung gesammelt hast, verwende diese Best Practices und du bist mit Sponsored Content auf dem besten Weg zum Erfolg.

NEU BEI TABOOLA?

Starte jetzt deine erste Kampagne

