

medianet: Wir kennen alle das Prinzip, die richtigen Menschen zur richtigen Zeit auf dem richtigen Kanal mit der richtigen Botschaft zu erreichen. Facebook empfiehlt aber auch, seine Kunden entdecken zu lassen – wie soll man das tun?

Rau: Um das Entdecken neuer Produkte und Marken auf kreative und interaktive Art und Weise zu fördern, entwickeln wir bei Facebook immer wieder neue Platzierungen und Formate, die Menschen die für sie bestimmten Produkte näherbringen: Von der Option, einen Artikel vom Smartphone aus anzuprobieren, bis zur Interaktion mit Werbeanzeigen, um persönliche Präferenzen auszuwählen. Mit Augmented Reality Ads zum Beispiel können Menschen Produkte über ihr Smartphone ausprobieren oder testen. Außerdem können Werbetreibende ihren Anzeigen bei Facebook und Instagram Kamera-Effekte hinzu-

fügen, die nach dem Anklicken auftauchen, um Menschen ihre Produkte näherzubringen. Darüber hinaus arbeiten wir kontinuierlich daran, die Optionen für Video-Werbeanzeigen darauf abzustimmen, wie Menschen heute Videos konsumieren – von kurzen Clips, die unterwegs angesehen werden können, bis hin zu längeren Videoformaten, die sie zu Hause auf dem Sofa schauen. Mit In-Stream Video Ads können Werbetreibende Video Ads per Mid-Roll-Platzierung an Menschen ausspielen, die sich auf Facebook-Videos von bekannten Publishern und Creators von digitalem Content ansehen.

medianet: Was sind Ihre drei Top-Tipps, um den Path for Purchase zu verkürzen?

Rau: Erstens, kreative und ansprechende Werbeformaten helfen dabei, die Menschen zum Entdecken anzuregen. Dafür eignen sich zum Beispiel Aug-

mented Reality Ads oder Canvas Ads sehr gut, da sie zur Interaktion mit dem beworbenen Produkt motivieren. Zweitens, der Kaufprozess muss so kurz wie nur möglich gestaltet werden, und technisch müssen Apps

und Websites so erstellt werden, dass sie minimale Ladezeiten verursachen. Für Konsumenten muss es möglich sein, ein Produkt *direkt* in der Nutzungssituation zu kaufen, wenn sie es entdeckt haben. Das haben wir zum Beispiel mit der Einführung von Instagram Shopping möglich gemacht. Wenn Unternehmen den Direkt-Kauf nicht möglich machen können, sollten Konsumenten stattdessen direkt von der Werbeanzeige auf die mobile Webseite des Verkäufers wechseln können, um den Kauf dort zu tätigen. Und drittens: Die heutige Erwartung der Menschen ist, dass alle wichtigen Informationen einfach und schnell verfügbar sind. Werbetreibende sollten den Menschen direkt die wichtigsten Informationen zu einem Produkt zur Verfügung stellen, ohne dass diese lange danach suchen müssen. Das ermuntert zum Stöbern und Kaufen. (gs)

”

Kreative und ansprechende Werbeformate – dazu zählen etwa Augmented Reality Ads – helfen dabei, die Menschen zum Entdecken anzuregen.

Andreas Rau
Head of Media
Agencies DACH, FB

“

WISSEN MACHT WACH.

Weil Wissen entscheidend ist. Die Nationalratswahl 2019 – profund, seriös und verlässlich begleitet. Mit dem Wahlabo der „Salzburger Nachrichten“.

**Jetzt 4 Wochen kostenlos oder
3 Monate zum Preis von einem
unter Tel. +43 662 / 8373-222
oder SN.at/wahlabo**

www.SN.at

