Intermediavergleich – Internet

Vorteile
Interaktiv und individuell nutzbares Kommunikations- und Informationsmedium mit direkten Kontrollmöglichkeiten von Nutzung und Wirkung. Kommerzielle Eignung sowohl für die Bereiche Kommunikation und Distribution. Hohes Involvement durch Interaktivität und allgegenwärtige Verfügbarkeit von relevanten Informationen.

Quantitative Medialeistung
Abrechnung auf Basis von messbar realisierten Werbemittelkontakten. Die direkte Messung erlaubt eine exakte Erfassung von ausgelieferten Werbeeinblendungen (Ad Impressions), Seiten (Page Impressions), Anzahl Besucher (Visits), Reichweite (Unique User) sowie der Response (Ad Clicks). Tagesreichweite 60-80%, Personen ab 14 Jahren.

Kommunikationsfähigkeit
Aktuelle Ergänzung zum klassischen Medienmix. Zunehmenden Einsatz bei Crossmedia-Kampagnen. Geeignet für erklärungsbedürftige Produkte und Dienstleistungen im Bereich B2B und B2C sowie zum Vergleichen von Angeboten. Vermehrter Einsatz als Ergänzung zu TV-Kampagnen mittels grossformatiger Streaming-Werbeformen.

Nutzerschwerpunkte
Hauptsächliche Nutzung als Kommunikations- und Informationsmedium. Zunehmende Akzeptanz als Einkaufs- und Verkaufsmedium. Professionelle Nutzung während den Geschäftszeiten wie auch starke Privatnutzung. Unterschiedliche Nutzung je nach Zielgruppe, Motivation und Tageszeit.

Werbeangebotsformen
Diverse Angebotsformen wie zum Beispiel Fullbanner, Skyscraper, Leaderboard, Rectangle, verstärkt mit grossformatige Werbeformen, in Kombination mit Streaming-Ads. Neben klassischer Displaywerbung auch Suchmaschinenmarketing, Affiliate, Classified und Sponsoring möglich.

Kosten
CPM (Cost per Mille oder Tausend-Kontakt-Preis) variiert zwischen CHF 7 – 100.--/1000 Ad Impressions (Werbeeinblendungen). Zusätzliche Fixplatzierungen zu einem speziellen Tages- oder Wochenpreis. Ferner Cost per Click, Cost per Lead oder Cost per Sale, BK 5%.

Quelle: mediakanzlei