

## Teads launcht Brandformance-Lösung für den Mid-Funnel

Traditionell setzen Marketer bei Branding- und Performance-Kampagnen auf unterschiedliche Targeting-Strategien, Werbeformate und Key Performance Indicators (KPIs), um einen optimalen Return on Investment zu erzielen. Die globale Mediaplattform Teads hat nun beides zu einer einzigen Lösung kombiniert.

**Redaktion** - 18. Dezember 2023



Während sich Branding-Kampagnen, die meist Video- oder Display-Anzeigen umfassen, auf KPIs wie Viewability, Completion Rate, Views und Attention fokussieren, konzentrieren sich Performance-Kampagnen mit einem klaren Call to Action auf die Click-Through



sung ermögliche Flexibilität in Format und Werbedesigns sowie Targeting gemäss dem Ansatz von Branding-Kampagnen, während die Optimierung der Ausspielung performan-  
cegetrieben ist, so Teads. In dieser Kombination lieferten die neuartigen Brandformance-  
Kampagnen qualitativ hochwertigere Clicks und eine signifikant höhere CTR, ohne dass  
Branding-KPIs vernachlässigt werden.

### **Der Erfolg von DQ Solutions mit der Teads-Brandformance-Lösung**

Der Erfolg werde durch die Ergebnisse einer KPI-Messung innerhalb der Kampagnen von  
DQ Solutions deutlich: Vor der Implementierung von Brandformance lag die CTR für DQ  
Solutions bei 0,23 Prozent und der CPC bei 3,27 CHF. Nach der Optimierung stieg die CTR  
um 95 Prozent auf 0,45 Prozent – über dem Branchen-Benchmark von 0,4 Prozent – wäh-  
rend der CPC um 90 Prozent auf 0,31 CHF sank. Diese Verbesserungen seien erzielt worden,  
während DQ Solutions dieselben existierenden Werbedesigns wiederverwenden konnte.

