

# EXKURS "PAID-MARKETING" MÖGLICHKEITEN

YouTube			
Art der Anzeige	Beschreibung	Kosten	Möglichkeit zur Zielgruppensegmentierung
TrueView In-Stream-Anzeigen	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Unterscheidung zwischen überspringbare und nicht-überspringbaren Anzeigen</li> <li>○ Überspringbare Anzeigen können nach fünf Sekunden übersprungen werden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Abrechnung erfolgt nach Impressionen oder Interaktion</li> <li>○ Maximaler Preis pro View wird festgelegt</li> </ul>	
TrueView-Anzeigen	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Standardanzeige</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Abrechnung erfolgt nur nach Interaktion</li> <li>○ Maximaler Preis pro View wird festgelegt</li> </ul>	
Bumper-Anzeigen	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Maximal sechs Sekunden lang</li> <li>○ Werden vor, während oder nach einem Video wiedergegeben</li> <li>○ Können nicht übersprungen werden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Abrechnung erfolgt nach Impressionen</li> <li>○ Pro 1000 Impressionen zwischen 1 bis 4 Dollar</li> </ul>	

Instagram			
Art der Anzeige	Beschreibung	Kosten	Möglichkeit zur Zielgruppensegmentierung
Instagram Ads	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Werbung sieht aus, wie normaler Beitrag</li> <li>○ Beiträge können in vielen Formen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Budget kann selbst festgelegt werden</li> <li>○ Durchschnittliche Kosten pro Klick bei ca. 1,20 Dollar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Zielgruppe kann sehr präzise festgelegt werden</li> </ul>

<b>Snapchat</b>			
Art der Anzeige	Beschreibung	Kosten	Möglichkeit zur Zielgruppensegmentierung
Snap Ads	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Bilder und oder Videos mit Verlinkung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Budget kann selbst festgelegt werden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Zielgruppe kann ausgesucht werden</li> </ul>
Collection Ads	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Video oder Foto als Hauptmedium mit vier Produkte, zu denen der User nähere Informationen zum Produkt sehen kann</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Budget kann selbst festgelegt werden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Zielgruppe kann ausgesucht werden</li> </ul>
Gesponsorte Linsen	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Mit dem eigenen Logo versehene „Lenses“ können erstellt werden</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Steht allen Userinnen und Usern zur Verfügung</li> </ul>
On-Demand-Geofilter	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Standortbezogene Filter mit Unternehmenslogo</li> <li>○ Filter sind nur an bestimmten Orten abrufbar</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Steht allen Userinnen und Usern zur Verfügung</li> </ul>

<b>Pinterest</b>			
Art der Anzeige	Beschreibung	Kosten	Möglichkeit zur Zielgruppensegmentierung
Promoted Pins	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Verschiedene Anzeigenformate</li> <li>○ Werbebeiträge erscheinen wie normale Pins</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Budget kann selbst festgelegt werden</li> <li>○ Ca. 2 bis 5 Dollar pro 1000 impressionen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Automatisiertes Targeting möglich</li> <li>○ Zielgruppe kann sehr präzise festgelegt werden</li> </ul>

<b>Xing</b>			
Art der Anzeige	Beschreibung	Kosten	Möglichkeit zur Zielgruppensegmentierung
XING E-Recruiting 360	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Lizenzpaket zur Nutzung mehrerer Xing-Dienste</li> <li>○ Mehrwerte wie persönliche Beratung, Onboarding Workshop und exklusiven Events</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kosten je nach Bedarf</li> </ul>	
XING Ads	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Anzeigen werden auf Startseite platziert und können mit AdManager verwaltet werden</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Effektives Targeting möglich</li> </ul>
Employer Branding (Standard)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Profil wird auf Xing und kununu angezeigt</li> <li>○ Onboarding Paket</li> <li>○ Ansprechpartner</li> <li>○ Analysen und Berichte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Standard: 824,17 € pro Monat</li> <li>○</li> </ul>	
Professional Profil	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Profil wird auf Xing und kununu angezeigt</li> <li>○ Onboarding Paket</li> <li>○ Ansprechpartner</li> <li>○ Analysen und Berichte</li> <li>○ Wettbewerbs- und Branchenvergleich</li> <li>○ Werbung auf bis zu fünf Wettbewerberprofilen Ihrer Wahl</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Professional: 990,83€ pro Monat</li> </ul>	

Facebook			
Art der Anzeige	Beschreibung	Kosten	Möglichkeit zur Zielgruppensegmentierung
<a href="#">Facebook Ads</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Beiträge, die nur zu Werbezwecken erstellt werden</li> <li>○ Werbeanzeigen können Netzwerkübergreifend (Facebook, Instagram, Audience-Netzwerk und Messenger) erstellt werden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Budget kann selbst festgelegt werden</li> <li>○ Genauer Preis wird über Anzeigenauktion ermittelt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Zielgruppe kann sehr präzise festgelegt werden</li> </ul>
<a href="#">Sponsored Posts</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Einzelne Beiträge werden beworben</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Zielgruppe kann sehr präzise festgelegt werden</li> </ul>

Twitter			
Art der Anzeige	Beschreibung	Kosten	Möglichkeit zur Zielgruppensegmentierung
Gesponserte Tweets	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Einzelne Tweets werden hervorgehoben und beworben</li> <li>○ Verschiedene Anzeigeformate möglich</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Budget kann selbst festgelegt werden</li> <li>○ Je nachdem, wie zielgruppengerichtet : zwischen 0,5 Dollar bis 10 Dollar pro Engagement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Zielgruppe kann sehr präzise festgelegt werden</li> </ul>
Gesponserte Accounts	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Einzelne Accounts werden hervorgehoben und verstärkt vorgeschlagen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Budget kann selbst festgelegt werden</li> <li>○ Je nachdem, wie zielgruppengerichtet : zwischen 0,5 Dollar bis 10 Dollar pro Engagement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Zielgruppe kann sehr präzise festgelegt werden</li> </ul>

Gesponserte Trends	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Einzelne Tweets werden hervorgehoben und verstärkt vorgeschlagen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Budget kann selbst festgelegt werden</li> <li>○ Je nachdem, wie zielgruppengerichtet : zwischen 0,5 Dollar bis 10 Dollar pro Engagement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Zielgruppe kann sehr präzise festgelegt werden</li> </ul>
--------------------	--	---	--

## Exkurs Earned-Marketing

### **Instagram**

- Beiträge, die zur Interaktion oder zum Teilen anregen
  - Post
    - Call-to-Action Bildunterschriften, die zum Kommentieren aufrufen
      - „Verlinke drei Freunde, mit denen du gerne wieder in Urlaub fahren willst“
      - „Was ist euer liebstes Reiseziel?“
      - „Was war euer schönster Urlaub?“
    - Lustige Sprüche
    - Zitate, die die Unternehmensphilosophie widerspiegeln
    - Reisetipps
    - Gewinnspiele
  - Story
    - Blick hinter die Kulissen
    - Abstimmungen
    - Gewinnspiele
  - Reels
    - Kurze Videobeiträge, die ausführlicher sind als Storys
    - Möglichkeit, Reels im Explore-Bereich anzeigen zu lassen erhöht Interaktion neuer Kunden und Kundinnen
  - Live Videos
    - Zur Vorstellung des Teams oder neuen Reisen
      - Direkte Interaktion mit Kunde und Kundinnen möglich
  - Kommentare können geliked und beantwortet werden

### **Facebook**

- Beiträge haben mehr Interaktionsmöglichkeiten
  - Posts
    - Mit Call-to-Action versehen (siehe Instagram)
    - können auf verschiedene Arten geliked werden
      - Abstimmungen

- Gewinnspiele
- Angestellte werben, indem sie sich ein Profil anlegen, aus dem hervorgeht, wo sie arbeiten
  - Können fixiert werden, was zu mehr Interaktion führt
    - Fun-Facts über das Unternehmen
    - Tipps und Tricks
    - Gewinnspiele
  - Story
    - Sind vom Algorithmus ausgenommen, was Anzahl an Nutzern zur Interaktion erhöht
      - Blick hinter die Kulissen
      - Abstimmungen
      - Gewinnspiele
  - Live-Videos
    - Veranstaltungen oder Q&As können live übertragen werden
      - Direkte Interaktion möglich
      - Anders als bei Instagram können Live-Videos auch mit Kameras aufgezeichnet werden
  - Kommentare können geliked und beantwortet werden

### **YouTube**

- Mündliche Interaktionsaufforderung im Video
  - Kommentieren
    - “Wie war euer Tag?”
    - “In welche Stadt würdet ihr gerne reisen?”
  - Liken
  - Teilen
- Schriftliche Interaktionsaufforderung
  - Infobox-Aufforderungen
    - Kommentieren
    - Liken
    - Teilen
  - Fixierter Kommentar
    - Eigener Kommentar: Frage, die in den Kommentaren beantwortet werden soll
    - Fremder Kommentar: Interaktion mit Abonnenten
  - Ankündigungen
    - Kommentieren
    - Liken
- Kommentare können geliked und beantwortet werden

### **Twitter**

- Liken
- Kommentieren
  - Direkte Ansprache an Follower
    - „Wer ist dein liebster Reise-Buddy?“

- Retweeten
  - Tweets können sich auf andere Tweets direkt beziehen
  - Besondere Tweets werden häufiger repostet
    - Fun-Facts über das Unternehmen
    - Tipps und Tricks
    - Unternehmensphilosophie

### ***Snapchat***

- Große Nutzerinteraktion durch Lenses oder Geo-Filter
  - Nutzer und Nutzerinnen können zwar nicht direkt mit Unternehmen interagieren, sie können aber durch Calls-to-Action zur Interaktion mit Unternehmensinhalten, wie Lenses oder Geo-Filtern angeregt werden

### ***TikTok***

- Interaktion auf fremden Seiten
  - Kommentieren von Videos mit Verweis auf die eigene Seite
  - Antworten auf andere Kommentare
- Interaktion auf der eigenen Seite
  - Aufruf zum Kommentieren
  - Antworten auf Kommentare
- Inhalte generieren
  - Algorithmus sorgt durch für Marketing

### ***Xing***

- Interaktion auf fremden Seiten
  - Kommentieren von Beiträgen mit Verweis auf die eigene Seite
- Interaktion auf der eigenen Seite
  - Aufruf zum Liken und Teilen eines Beitrags
  - Antworten auf Kommentare
- Angestellte werben, indem sie sich ein Profil anlegen, aus dem hervorgeht, wo sie arbeiten

### ***LinkedIn***

- Interaktion auf fremden Seiten
  - Kommentieren von Beiträgen mit Verweis auf die eigene Seite
- Interaktion auf der eigenen Seite
  - Beiträge
    - Blicke hinter die Kulisse
    - Produktvorstellungen
    - Stellenausschreibungen
  - Aufruf zum Liken und Teilen eines Beitrags

- Antworten auf Kommentare