



einkaufsstrassen.at

BERATUNG VS. TARGETING DIE RICHTIG FALSCH TARGETINGKAMPAGNE

1

KREATIVER ANSATZ

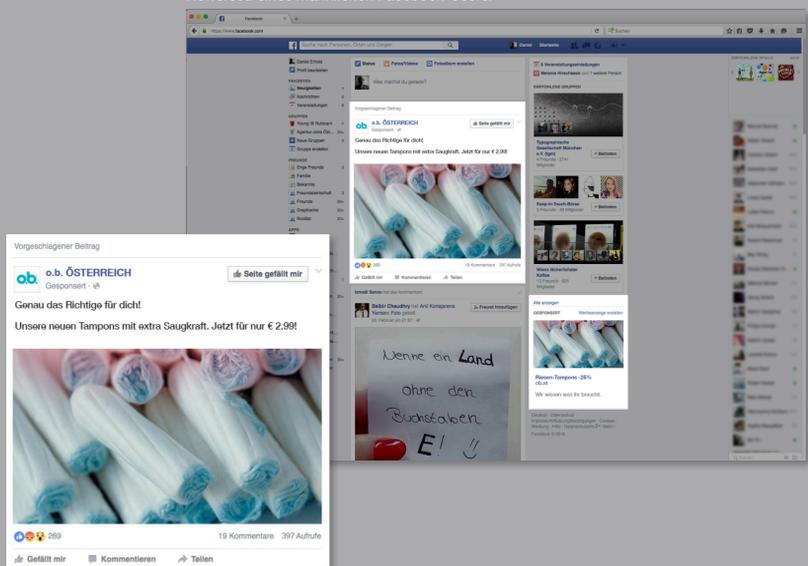
Der unanfechtbare USP der Wiener Einkaufsstrassen im Vergleich zum Online-Shopping ist die persönliche Beratung in den Geschäften. Dem gegenüber steht das Targeting auf Social Media Plattformen. Dem User werden in Ads, beziehungsweise beworbenen Beiträgen, Produkte vorgeschlagen von denen Facebook oder andere online-marketingtreibende Unternehmen glauben, dass Sie zu ihm passen. Wir machen uns diese Mechanik zu nutzen und verwenden Sie gegen das Online-Medium.

Wir targeten über Social Media absichtlich extrem falsch. Das bedeutet, wir spielen zum Beispiel Männern Werbung von O.B., oder Frauenkleidern aus und Frauen bekommen Werbung von Produkten wie Viagra, Penispumpen, oder Weichtgainer-Proteinschakes.

In der zweiten Runde werden die selben Personen erneut getargetet und bekommen Ads / gesponserte Postings der Wiener Einkaufsstrassen mit der Botschaft:

**„UNSERE BERATER IM GESCHÄFT WISSEN,
WAS WIRKLICH ZU DIR PASST.“**

Newsfeed eines männlichen Facebook-Users.



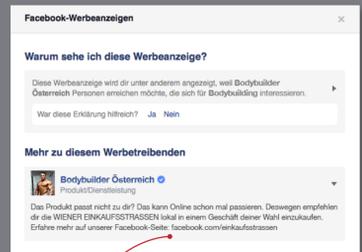
2

LÖSUNGSVORSCHLAG

Der Schwerpunkt der Kampagne liegt auf Facebook, da wir da die größte Reichweite haben. Die Idee funktioniert aber auch auf sämtlichen anderen Social Media Kanälen, wie Instagram oder Youtube und würde sich sogar auch als klassische Banner-Kampagne auf allgemeinen Websites, sowie Online-Shopping-Seiten von amazon bis Zalando hervorragend umsetzen lassen. Zur Durchführung unserer Kampagne verwenden wir die einfachen Targetingtools, die für jedes werbetreibende Unternehmen zugänglich sind.

Für alle, die bereits während der ersten Phase auf Facebook so schlau sind und auf den Button mit dem Wortlaut: „Warum erhalte ich diese Anzeige?“ klicken, wird ein Erklärungstext der WIENER EINKAUFSSTRASSEN eingebaut.

Target Ad einer weiblichen Facebook-Userin.



„Das Produkt passt nicht zu dir? Das kann Online schon mal passieren. Deswegen empfehlen dir die WIENER EINKAUFSSTRASSEN lokal in einem Geschäft deiner Wahl einzukaufen. Erfahre mehr auf unserer Facebook-Seite: facebook.com/einkaufsstrassen“

3

UMSETZUNG

DIE KAMPAGNE LÄUFT IN ZWEI PHASEN AB.

1. Die richtig falsche Targetingkampagne
2. Die passende Auflösung

Im ersten Schritt werden Facebook-Seiten für Fake-Produkte erstellt, damit die falsch getargeteten Werbungen geschaltet werden können. Ads und gesponserte Postings werden erstellt. Die komplett falsche Zielgruppe wird im Ad Manager ausgewählt und die Fake-Anzeigen werden zwei Wochen geschaltet.

Nach etwa zwei Wochen wird die Aufklärungsphase eingeleitet. Dazu werden von der Facebook-Seite der Wiener Einkaufsstrassen Ads und gesponserte Postings mit folgender Botschaft erstellt:

**„UNSERE BERATER IM GESCHÄFT WISSEN,
WAS WIRKLICH ZU DIR PASST.“**

Diese Ads und Postings leiten nun natürlich auf die Facebook-Seite der Wiener Einkaufsstrassen.

AUFLÖSUNGSPHASE DER WIENER EINKAUFSSTRASSEN



Sitebar Ad



Target Ad der WIENER EINKAUFSSTRASSEN.