

Medieninformation

willhaben blickt auf die Digital Advertising Trends 2017

Wien, am 16. Jänner 2017: willhaben hat sich die wichtigsten Digital Advertising Trends des neuen Jahrs angesehen. Für Jochen Schneeberger, Leiter der Digital Advertising Abteilung von willhaben, manifestieren sich folgende fünf Schwerpunkte:

Künstliche Intelligenz

Die wachsende Bedeutung von Künstlicher Intelligenz (KI) im Digital Marketing wird die Qualität von Targeting und personalisierter Zustellung von passenden Werbeeinheiten stark verbessern. Dank KI können Werber ihre Zielgruppen auf völlig neue Weise verstehen. Das ultimative Ziel von digitaler Werbung, dass jedes einzelne Werbemittel für den Empfänger relevant ist, rückt dadurch auf breiter Front zum Greifen nahe. Werbekampagnen können nun endgültig von einer Einweg-Kommunikation in eine Zweiweg-Kommunikation in Echtzeit transformieren.

Influencer Marketing

Influencer Marketing, insbesondere die Zusammenarbeit mit Bloggern, spielt in diesem Jahr eine zentrale Rolle für Werber. Die Gründe dafür sind mannigfaltig. Die schwindende Bedeutung von TV-Werbung und der stetige Aufstieg von Social Media zwingen die Werber, sich noch stärker auf die Influencer zu konzentrieren, um ihre Botschaften erfolgreich platzieren zu können. Gemäß einer aktuellen eMarketer Studie planen 85 Prozent aller Werbeverantwortlichen eine dezidierte Influencer-Kampagne in den nächsten zwölf Monaten.

Einzigartigkeit und Qualität als Schlüssel zum Erfolg

Content bleibt auch im neuen Jahr „King“. Der von willhaben schon vor Jahren eingeschlagene Weg, Werbekampagnen maßzuschneidern, und sie somit relevant und individuell zu machen, wird der elementare Schlüssel zum Erfolg bleiben.

Promotion gewinnt im Vergleich zu Kreation weiter an budgetärer Bedeutung

Während vor rund fünf Jahren der Löwenanteil des Budgets in Content Creation und nur wenig in Content Promotion investiert wurde, hat sich dieses Verhältnis nun invertiert. Durch die wachsende Bedeutung von Mobile Advertising wird Native Advertising ein zentraler Hebel für gelungenes Content Marketing. Damit geht einher, dass Mobile Search und Mobile Optimization die Prioritäten schlechthin sein werden.

360 Grad Videos und Immersive Storytelling heben ab

Digitale Werbemittel werden verstärkt auf Immersion setzen, also das Eintauchen in virtuelle Welten. Durch Immersive Storytelling können eine starke Glaubwürdigkeit und Wahrnehmung von



Werbebotschaften erzielt werden. Im Unterschied zu passiven Videos erlaubt die virtuelle Realität eine Interaktion mit Umgebungen und Inhalten, die von den Nutzern wesentlich intensiver erlebt werden.

Pressekontakt:

Mag. Thomas Reiter, Reiter PR

Tel.: 0676/66 88 611

Email: thomas.reiter@reiterpr.com