

Episode #4

Digital Snacks

Fueling Creativity with Data: A Recipe for Success

@dialog | EMPOWERING DATA-DRIVEN MARKETING
by people for people



“Daten als Treibstoff, Kreativität als Motor.”

Maria Holzinger
Head of Creative



DM me in regards of
supporting you in your
creative endeavours!

+43 1 309 09 09
holzinger@e-dialog.group

www.e-dialog.group



“Daten erzählen
eine Geschichte,
Kreativität macht sie
zum Bestseller.”

Qin Lin

Senior Digital Designer

+43 1 309 09 09

lin@e-dialog.group

www.e-dialog.group

DM me for questions
regarding creative use
of data!



Kannst du dich an die
letzte Online Ad erinnern,
die du gesehen hast?

Wir sehen bis zu
10.000 Ads am Tag.

Aber wir “bemerken”
weniger als 100 davon.

*Source: Red Crow Marketing



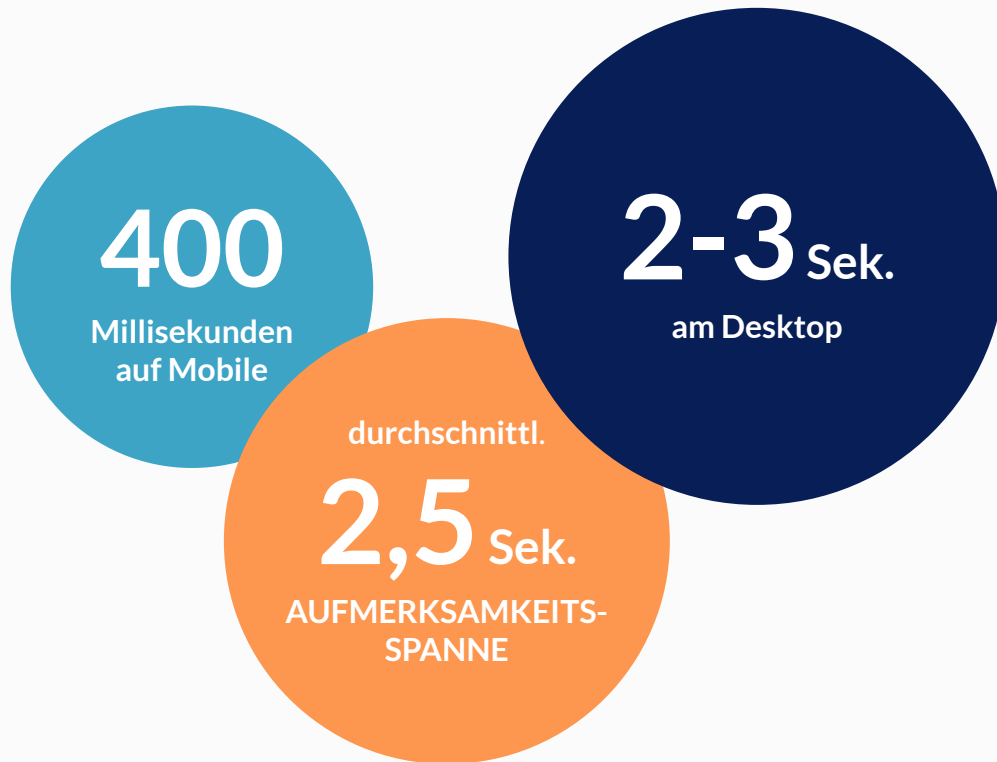
73 %

der Verbraucher*innen stimmen darin überein, dass Pop-up-Werbung das am meisten gehasste Werbeformat ist, während nicht überspringbare Videowerbung die am meisten gehasste Form der Werbung ist*

**STILL NOT
LOVING
BANNER ADS**

Relevanz

Unsere
Wahrnehmung
ist schnell.



Sie lieben es
sofort - oder
eben nicht!

One second
strategy.



Emotion & Kreativität

Persönlich
ist relevanter.

91%

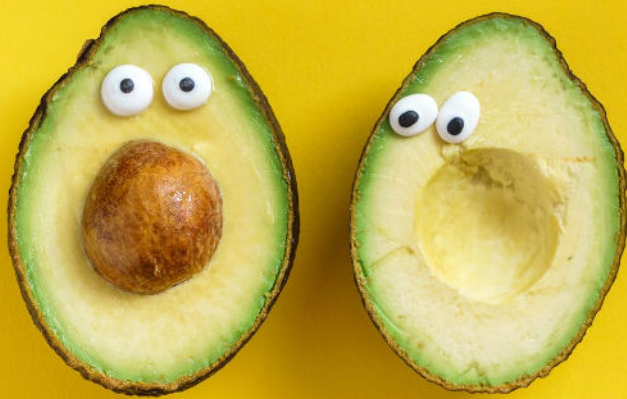
der Konsument*innen
würden bei einer Marke
shoppen, die ihnen
RELEVANTE Produkte
 anbietet

71%

der Konsument*innen
BEVORZUGEN
personalisierte
Werbemittel

90%

der führenden
Werbetreibenden geben
an, dass Personalisierung
ERHEBLICH zum Erfolg
beiträgt



Emotion
siegt immer.

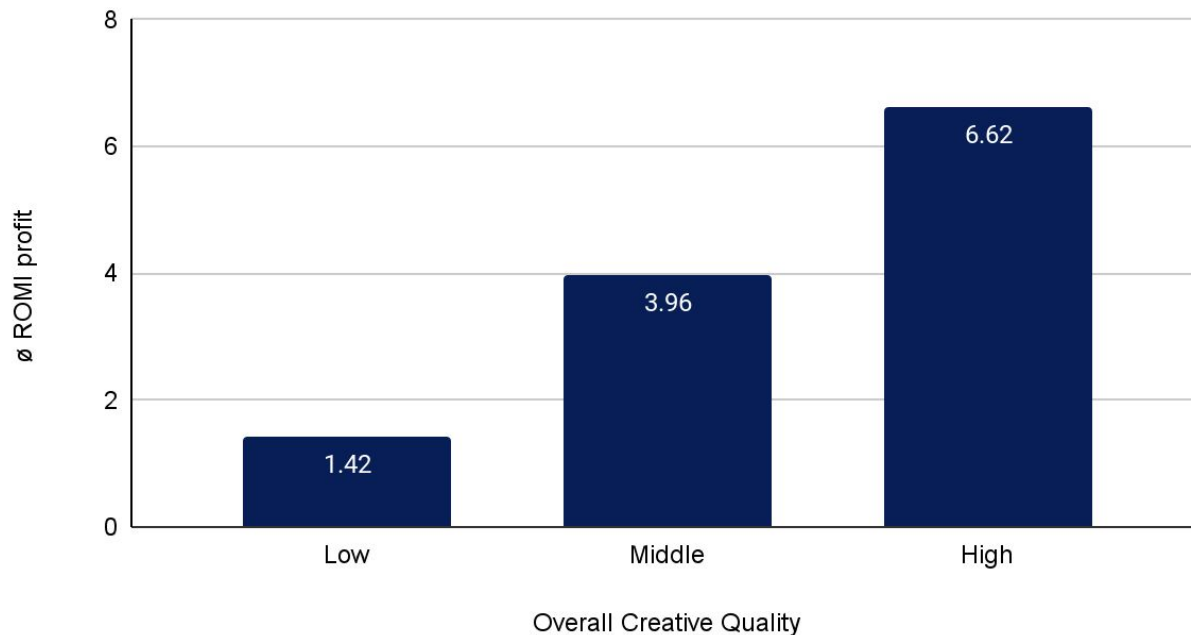
Daten zeigen:

Rein informative Werbung stellt
sehr schwer eine Bindung mit der
Marke her.



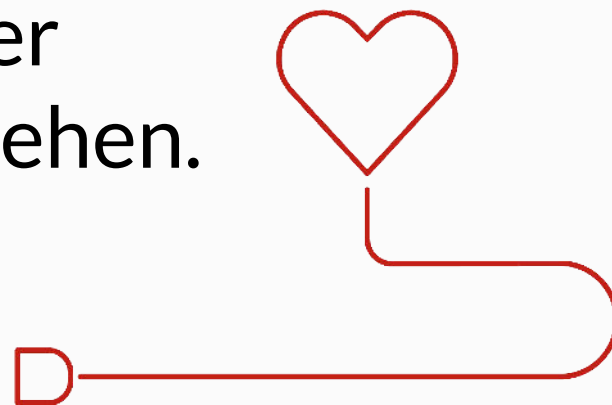
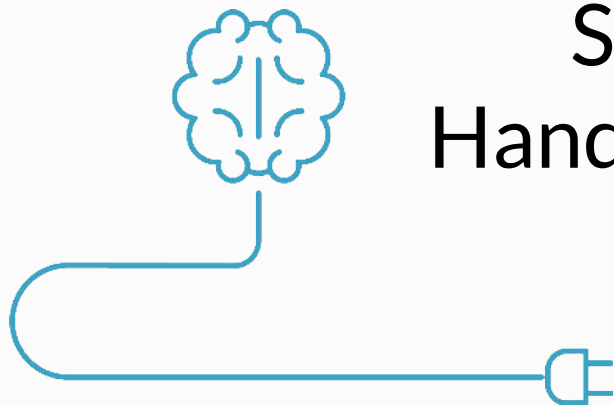
Kreativität macht sich bezahlt (sprichwörtlich!)

Kreative und Effektive Ads erzielen vierfachen Gewinn



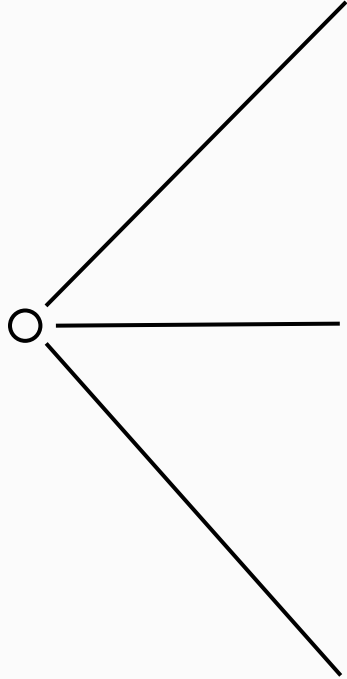
Creatives

Data + Creative
Sollen immer
Hand in Hand gehen.



Wir teilen Creative Data in drei Segmente

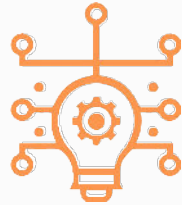
Data



Informed



Driven



Generated



Data Generated

Kampagnen Assets VON Algorithmen gebaut und zusammengesetzt. z.B. KI schreibt Lyrics, malt Bilder...





Data Informed

Kampagnen Assets werden nach der Analyse von Daten, User Research und weiteren Insights entschieden und erstellt





Data Driven

Kampagnen-Assets basierend auf Daten, Signalen und Algorithmen ausgespielt, laufend kontrolliert und optimiert



**YOU'RE NOT YOU
WHEN YOU'RE HUNGRY.™**

Good Call™



Back to daily business ...

Dynamic Data-driven Creatives.

Dynamic

Erstellung eines Templates
(=Grundgerüst),
das mit einer Datenbank
(=Feed) verknüpft wird

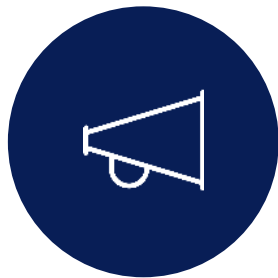
Dadurch können viele
Mutationen mit wenig
Aufwand erstellt werden



Data-driven

Creatives, die bei der
Ausspielung mithilfe von
Signalen und **Algorithmen**
die richtige Person mit der
richtigen Botschaft zum
richtigen Zeitpunkt
erreichen

Signale



Ad & Kampagne



Kundenstatus



Geografie



1st party Data



Online Verhalten



Tag



Uhrzeit



Interessen

Dynamisches Template + Feed

Grundgerüst = Template (HTML5)



Logo
positiv, negativ, Submarken, ...

Head- / Subline / Copy
angepasst an Kampagne,
Produkt, ...

Störer
Zusatzinfos, Promo, ...

Sujet
Fotografie, Illustration, Video,
Animation, ...

CTA
angepasst an Funnelstufe,
Testing, ...



Datenfeed
(Google Sheets, xls, csv, xml...)

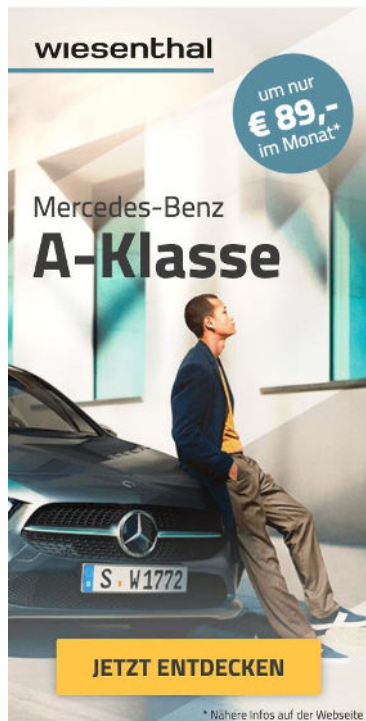
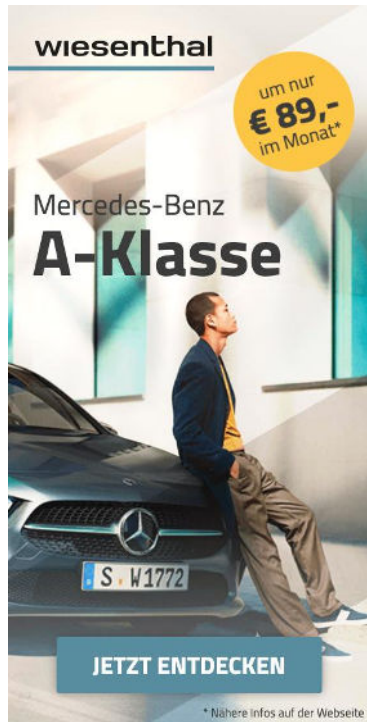
	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1									
2									
3									
4									
5									
6									
7									
8									
9									
10									
11									
12									
13									
14									
15									
16									
17									
18									
19									
20									
21									
22									
23									
24									
25									
26									
27									

Datenfeed

Reporting_Label	Hintergrund_img	Headline_Text	Stoerer_Text	Stoerer_Farbe	CTA_Text	...
Variante 1	sujet1.png	Titel 1	20% Rabatt	red	Termin vereinbaren	
Variante 2	sujet2.png	Titel 2	Letzter Tag!	yellow	Nicht verpassen	
Variante 3	sujet3.png	Titel 3	50% Rabatt	blue	Jetzt kaufen	
...						
...						
Variante n						

Beispiel: CTA-Button Farbe

Reporting_Label	CTA_Text	CTA_Farbe
Variante 1	Jetzt entdecken	blue
Variante 2	Jetzt entdecken	yellow
...		
...		
Variante n		



Beliebig erweiterbar

wiesenthal

+ € 500,-
Startup
Bonus!

Neuwagen

GRATIS: Alu-Winter
Komplettträger

ZUR AKTION

wiesenthal

+ € 500,-
Startup
Bonus!

Mercedes-Benz

Neuwagen

GRATIS: Alu-Winter
Komplettträger

ZUR AKTION

wiesenthal

+ € 500,-
Startup
Bonus!

smart

Neuwagen

GRATIS: Alu-Winter
Komplettträger

ZUR AKTION

wiesenthal

um nur
€ 89,-
im Monat*

Mercedes-Benz

A-Klasse

JETZT ENTDECKEN

* Nähere Infos auf der Webseite

wiesenthal

+ € 500,-
Startup
Bonus!

Mercedes-Benz

Neuwagen

GRATIS: Alu-Winter
Komplettträger

ZUR AKTION

wiesenthal

um nur
€ 89,-
im Monat*

Mercedes-Benz

A-Klasse

JETZT ENTDECKEN

* Nähere Infos auf der Webseite

wiesenthal

+ € 500,-
Startup
Bonus!

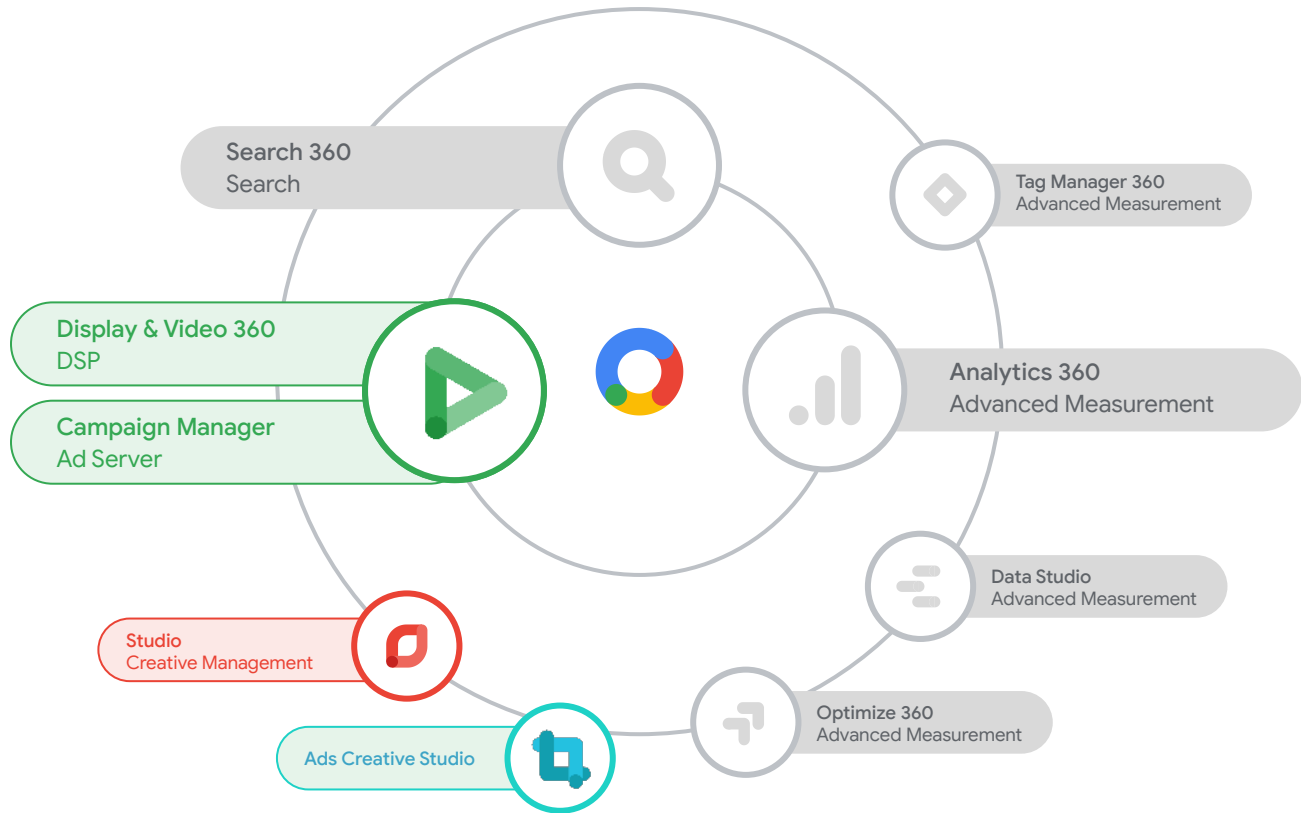
Mercedes-Benz

Neuwagen

GRATIS: Alu-Winter
Komplettträger

ZUR AKTION

Google Marketing Platform



Ein paar Beispiele

Nach besuchten Seiten

GLOBUS



KENNEL & SCHMENGER
CHF 240.00

JETZT SHOPPEN

Damen

GLOBUS



DIESEL
CHF 59.00

JETZT SHOPPEN

Herren

GLOBUS



Kiehl's
CHF 49.90

JETZT SHOPPEN

Beauty

GLOBUS



MONNALISA
~~CHF 124.90~~
CHF 62.45

JETZT SHOPPEN

Kinder

GLOBUS



GLOBUS
CHF 99.90

JETZT SHOPPEN

Wohnen

GLOBUS



★★★delicatessa
CHF 6.90

JETZT SHOPPEN

Delicatessa

Nach Interessen



Raiffeisen Meine Bank

MEINE KREDITKARTE. MEIN IDEALER BEGLEITER.

Für das beste Einkaufserlebnis - on- und offline.

UNSER ANGEBOT FÜR SIE

Shoppers



Raiffeisen Meine Bank

MEINE KREDITKARTE. MEIN IDEALER BEGLEITER.

Für das beste Einkaufserlebnis - on- und offline.

UNSER ANGEBOT FÜR SIE



Raiffeisen Meine Bank

MEINE KREDITKARTE. MEIN IDEALER BEGLEITER.

Auf Reisen optimal versichert und geschützt sein.

UNSER ANGEBOT FÜR SIE

Travel



Raiffeisen Meine Bank

MEINE KREDITKARTE. MEIN IDEALER BEGLEITER.

Auf Reisen optimal versichert und geschützt sein.

UNSER ANGEBOT FÜR SIE



Raiffeisen Meine Bank

MEINE KREDITKARTE. MEIN IDEALER BEGLEITER.

Online Dienste flexibel und sicher nutzen.

UNSER ANGEBOT FÜR SIE

Online services



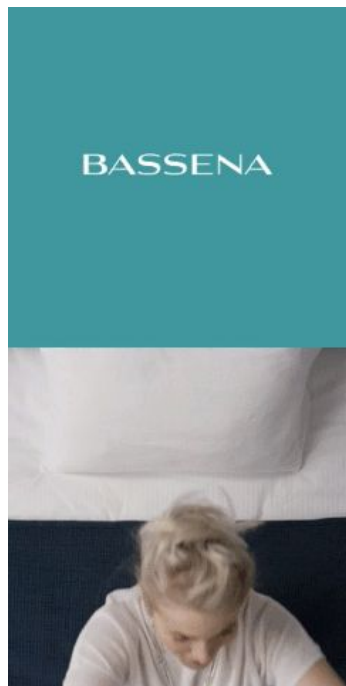
Raiffeisen Meine Bank

MEINE KREDITKARTE. MEIN IDEALER BEGLEITER.

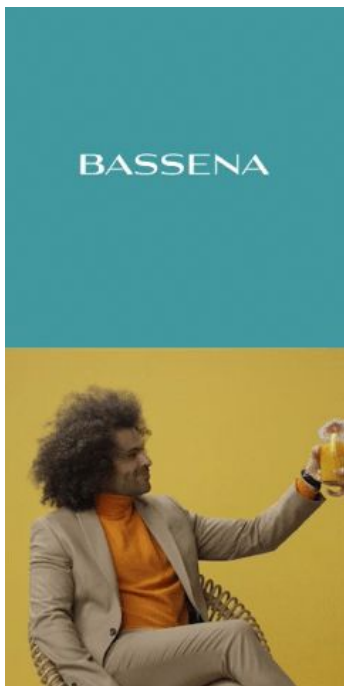
Online Dienste flexibel und sicher nutzen.

UNSER ANGEBOT FÜR SIE

Nach Custom-Zielgruppen



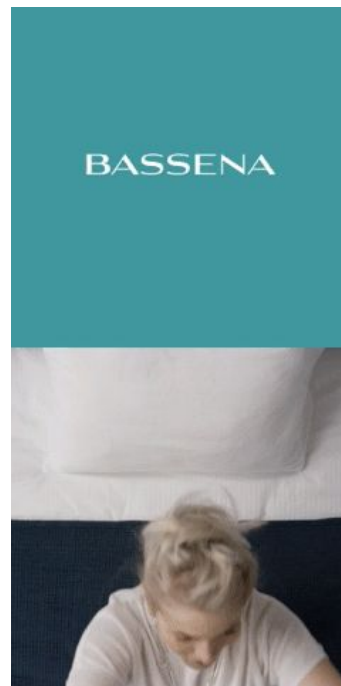
Austria & Bavaria



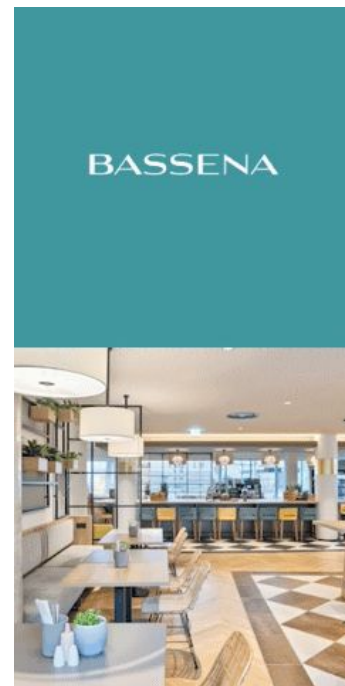
Vienna 2nd district
Foodies



Vienna and
surrounding areas
Foodies



Vienna surrounding
the 2nd district



City travellers

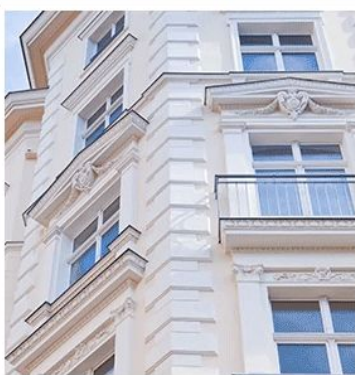
Image Testing + Rechner im Banner



Berechnen Sie den
Preisanstieg Ihres
Zinshauses!

Bezirk wählen ▼

Jetzt berechnen!



Berechnen Sie den
Preisanstieg Ihres
Zinshauses!

Bezirk wählen ▼

Jetzt berechnen!



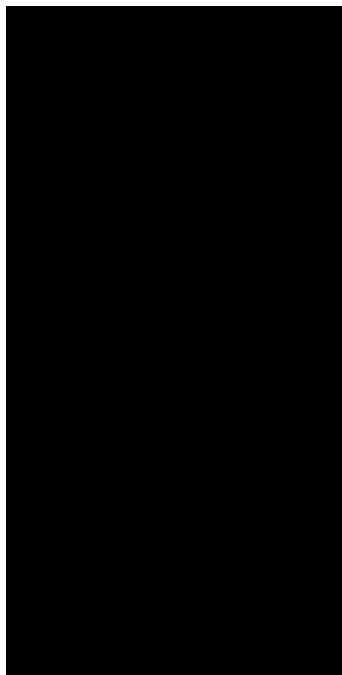

Berechnen Sie den
Preisanstieg Ihres
Zinshauses!

Bezirk wählen ▼

Jetzt berechnen!



Nach Wetterlage

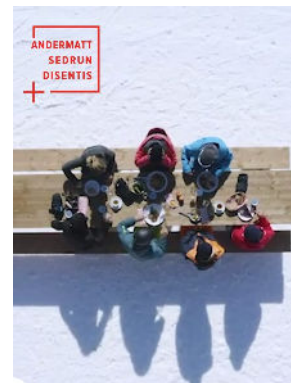



ENJOY THE PERFECT SLOPE WEATHER

Only online: 50% discount on 1-day ski pass

[Check the half-price pass](#)

Aktuell Perfektes Wetter



DREAMY SLOPES IN THE HEART OF SWITZERLAND

Online only: buy 1-day ski pass for half price

[Check the half-price pass](#)

Ungünstiges Wetter - Generische Botschaft



THE PERFECT WEATHER FOR THE SLOPES IS APPROACHING

Buy your 1-day ski pass now for 50% less - only online!

[Check the half-price pass](#)

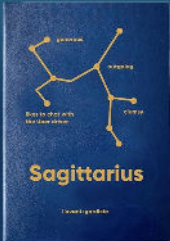
Prognose Gutes Wetter in den nächsten 3 Tagen

Interaktion + Wheel

MANOR

Noël
Cosmique

14.95
L'AVANT GARDISTE
Carnet de notes Sagittarius



DÉCOUVRIR MAINTENANT

MANOR

Kosmische
Weihnachten

Wählen Sie Ihre Geschenke
nach Sternzeichen aus!



IDEEN ENTDECKEN

MANOR

Kosmische
Weihnachten

119.00
L' Atelier Gold
Anhänger, 18 Karat



JETZT ENTDECKEN

MANOR

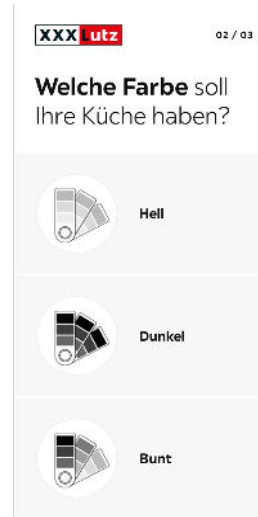
Kosmische
Weihnachten

12.95
ZODIAC
Badesalz Fische



JETZT ENTDECKEN

Konfigurator



Ein Template für alle Marken



[illegible]

Vorteile der DDC.

1

Relevante Botschaften je nach Audience ausspielen

2

Remarketing möglich

3

Creative-Blindness vorbeugen

4

Testen & Optimieren

5

Schnelle Änderung der bereits live geschalteten Kampagnen

6

Template immer wieder verwendbar → effizient

DDC mit Video

Customized Video Ads

In Ads Creative Studio

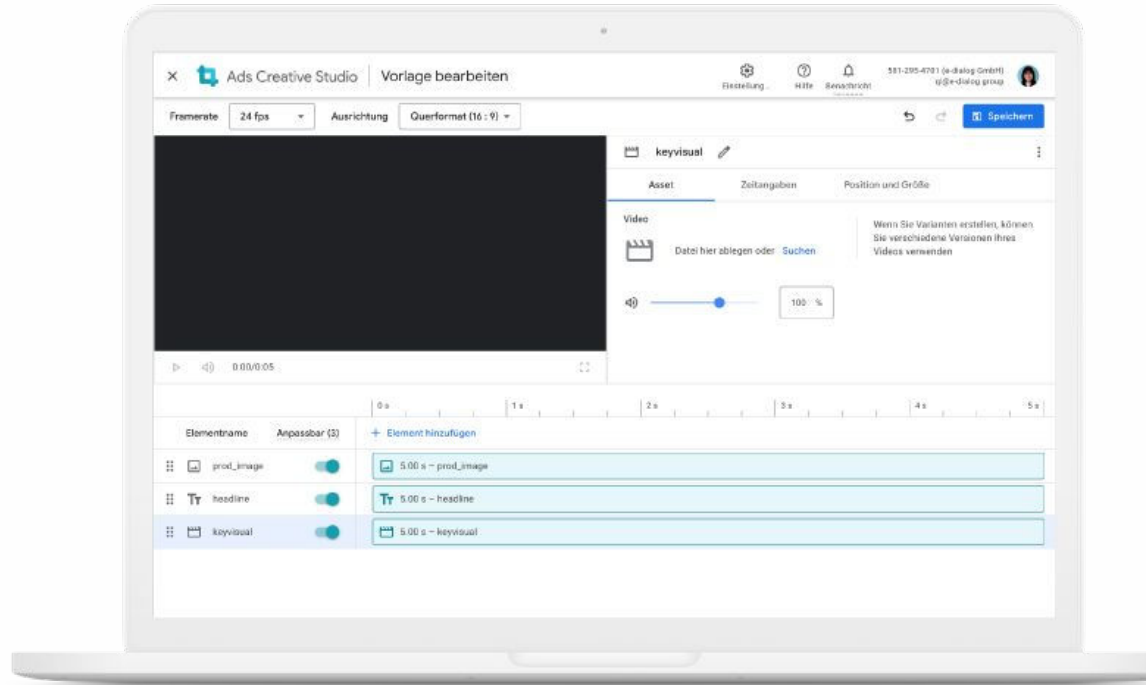
Dynamische Komponente

 Text (+ Custom Fonts)

 Video

 Image

 Audio

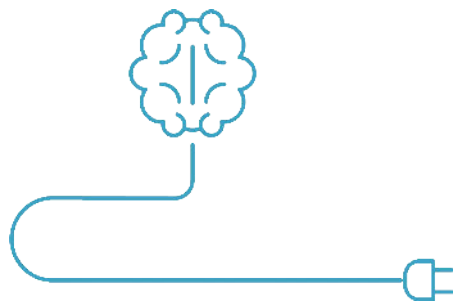




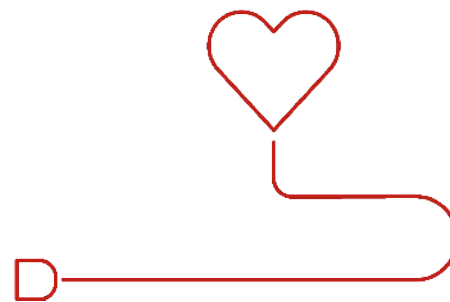
144 VIDEO-VARIANTEN

personalisiert & automatisiert
zum Erfolg mit YouTube Ads





Data + Creative



1

Analyse

Zielgruppen, Markt, historische Daten, Forecasting

2

Personalisierung

Multiple Messages an multiple User*innen

3

Optimieren + Messen

der Kampagnen

4

Effizienz

Technologische Entwicklungen, KI

1

Inspiration

Testen der Hypothesen, Daten sammeln

2

Storytelling

Multiple Geschichten zum Bestseller machen

3

Visualisierung

der Daten für besseres Verständnis

4

Emotion

Richtung geben, die Empathie fördert

**Data Fueled Creativity
is the new Targeting!**

Schreibt uns an!

CONSULTING

für Full-Funnel
Creative Messaging



Maria Holzinger
holzinger@e-dialog.group

WORKSHOP

für Dynamic Display &
Video Creatives



Qin Lin
lin@e-dialog.group

FRAGEN?



EURE FRAGEN

» Was ist die maximale Variantenanzahl, die man mit dynamischen Templates erzeugen kann? «

UNSERE ANTWORT

Hier hängt es klar davon ab, welche Kampagnenziele verfolgt werden sollen.

Angenommen wir sind ein großer E-Commerce Anbieter und hätten einen Produkt-Feed mit mehr als einer Million Produkten, dann müssen wir Kapazitäten schaffen, damit all diese Produkte auch wirklich ausgespielt werden.

Wenn wir jedoch die Strategie verfolgen möchten, wo der Fokus auf personalisierten Messages liegt, brauchen wir nicht mehr als hundert Zeilen. Das lässt sich sehr schön über Dynamic Creatives abwickeln, jedoch muss im Vorfeld abgewogen werden, ob es sich für die Kampagne auszahlt, ein solches Set-up zu erstellen. Im Falle von 100 Varianten ist so ein Set-up also sinnvoll, für den Fall mit lediglich zwei bis drei Varianten lohnt es sich nicht.



EURE FRAGEN

» Zum Sport2000 Case - was braucht es für Werbetreibende, um solche Kampagnen zu fahren? «

UNSERE ANTWORT

Von Werbetreibenden eigentlich gar nicht so viel. Es wird oft angenommen, dass es für solche dynamischen Varianten sehr viel an Videomaterial bedarf, dem ist aber nicht so.

In dem Fall von unserem Sport2000 Case haben wir sehr intensiv mit Wordings gearbeitet. Dabei wurden diese als Haken verwendet, so dass man als Ad-Consumer gleich von Anfang an abgeholt ist. Nehmen wir das Beispiel, dass Person X gerne verreist, oder wandert. Um das Interesse von vorne weg einzufangen, wurde das Wording "Fern sehen" gewählt, anstelle von "fernsehen". Somit versuchten wir die Relevanz herzustellen. Wir arbeiten dabei mit allen Assets, die wir kriegen können und wählen andere Wege, wenn wir nicht so viele haben. Der Bedarf an Assets ist von Kampagnenziel zu Kampagnenziel unterschiedlich.

»» Wie sieht es mit den Signalen in der Post-Cookie Ära aus? ««



EURE
FRAGEN

UNSERE ANTWORT

First Party-Daten werden natürlich weiterhin relevant bleiben, hier muss man auch am Ball bleiben und diese weiterhin sammeln - natürlich mit den richtigen Consent-Einstellungen. Für eine tiefgreifendere Information steht in diesem Fall sehr gerne unser Consent & Privacy Team zur Verfügung.

Man kann jedoch weiterhin auf Signale zugreifen, die ohne Cookies verwendet werden können, wie zum Beispiel das Wetter, hier hatten wir das Beispiel mit den Banners (siehe Slide 40). Weitere Signaldaten können Geographie, Tag und Uhrzeit sein. Es gibt genug Bemühungen von Anbietern, trotzdem 3rd Party-Daten zu sammeln und diese in einem kontextuellen Umfeld, anstelle der direkten Anwendung zu verwenden. Trotz der verringernden Auswahl also an Daten ist es wichtig, einen kreativen und originellen Weg zu verfolgen, um sich zu differenzieren und new targeting durch qualitative Storylines zu ermöglichen.



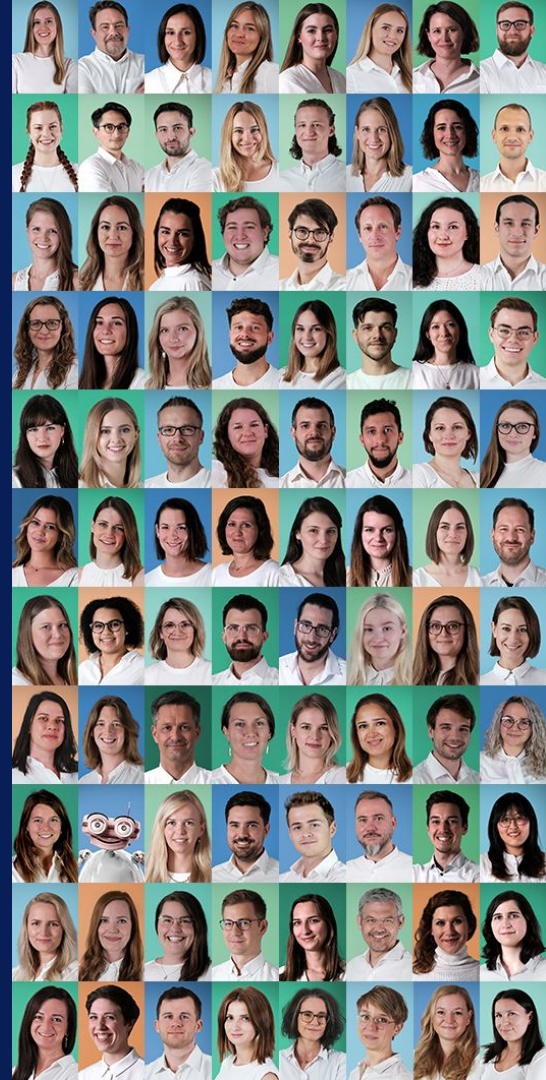
Über e-dialog

20 Jahre Erfahrung &
Leidenschaft für digitales,
datengetriebenes Marketing

110 erfahrene SpezialistInnen
mit digitaler Begeisterung

99% Remote Work

Von Kreation bis Data Science



Unser Fokus - was wir tun

BETTER CAMPAIGNS

Holistic Cross Channel Thinking

Programmatic Display, Video & Everything

Social Channels

Search & Shopping

Creativity

Marketing Automation

LEVERAGE MARKETING DATA

Digital Analytics

Consent Management

Data Science & AI in Marketing & Retail

Attribution & MMM

CDP - Customer Data Platform

UX, Testing & Personalisation

GET IN CONTACT



e-dialog.group

@dialog | EMPOWERING DATA-DRIVEN MARKETING
by people for people