

AdX

Werbeformate medienübergreifend disponieren



Der positive Trend im Online-Anzeigengeschäft ist ungebrochen. Das Internet baut seinen großen Stellenwert als Werbepattform weiter aus. Aber auch im Printsegment sind die Erlöse im Anzeigenverkauf weiterhin auf einem hohen Niveau. Deshalb ist es die klügste Strategie, mehrgleisig zu fahren und ein Multi-Channel-Publishing zu praktizieren. Mit AdX lassen sich Werbeformate kombiniert für Online, Print und Mobile disponieren und somit profitable Premium-Packages für multimediale Kampagnen verwalten. Der modulare Aufbau von AdX ermöglicht auch reines Online-Advertising mit einer durchgängigen Integration zwischen dem kaufmännischen System und dem AdServer.





Additiv, nicht alternativ!

Neben attraktivem redaktionellen Content für hohe Page Impressions spielt ein effektiv durchorganisierter und flexibel agierender Anzeigenverkauf eine wichtige Rolle. AdX unterstützt die hierzu notwendigen Prozesse, um komplexe Kampagnen mit flexibler Teamarbeit zu kombinieren: eine einfache, breit aufgestellte medienübergreifende Applikation für den Generalisten, der den wertvollen Kundenkontakt hält, und eine tiefe, sichere Integration in die Spezial-Applikationen der Service-Teams im Backend.

Das neueste Modul aus dem Hause ppi ist als crossmediales Ad Management System zur Disposition von Werbeformaten für Online, Print und Mobile konzipiert. Insbesondere lässt es sich für den lukrativen Verkauf von Premium-Packages nutzen. AdX wurde als Web-basiertes System realisiert, um den Aufwand für Installationen zu

minimieren. Daraus resultiert wiederum eine größere Transparenz im gesamten Salesprozess, von der Verkäufer wie Kunden gleichermaßen profitieren.

Intuitiv und ergonomisch ...

Dank moderner Web-Technologie konnte AdX neben seiner funktionalen Vielfalt mit einer intuitiven Bedienoberfläche ausgestattet werden, die den Benutzer – sei er nun Administrator oder Endanwender – an die Hand nimmt und durch das Programm führt.

Die Visualisierung der Buchungssituation für das Ausgabemedium Print erfolgt über einen Seitenspiegel, die Darstellung der Online- und Mobile-Buchungen über eine crossmediale Plantafel. In dieser Kombination ist dies derzeit einzigartig auf dem Markt. In der aggregierten Package-Sicht ist der Blick auf die Buchungssituation für vordefinierte kombinierte Kampagnen möglich. Die Salesteams erhalten

durch dieses Look&Feel genau jene Unterstützung, die sie benötigen, um den besonders profitablen Verkauf von Premium-Kampagnen schnell und sicher durchführen zu können. So erleichtert die komfortable Sicht auf die Online-Site und die Mobile-Platzierungen auch Print-Spezialisten die Arbeit im neuen Verkaufsumfeld.

... auch beim Customizing

Selbst bei den nicht alltäglichen Operationen, wie der Einrichtung von Stammdaten, Berechtigungen oder Kundenprofilen, wurde größter Wert auf eine ergonomische Handhabung gelegt. Hervorzuheben sind hier die Drag&Drop-Funktionen, die eine gleichermaßen sichere wie bequeme Zuordnung gewährleisten. Bemerkenswert ist außerdem die Importmöglichkeit, um die komplette Seitenstruktur des Online-Auftritts (im XML-Format) aus dem Web-CMS oder dem Adserver zu übernehmen.

The screenshot displays the AdX software interface with three distinct views overlaid:

- Kampagnen-Manager:** A table view showing campaign details. The table has columns for Status, Campaign, Agency, Booked/Res, Position, Media, Customer No., Customer, City, Start, End, and Clicks. It lists campaigns like 'Ford Special Sale' and 'Ford Prologues Convention'.
- Online-Ansicht:** A calendar-style view showing ad placements across different media channels (Print, Mobile, Display, Video) over time. It includes a list of packages on the left and a grid of dates with colored bars representing ad spots.
- Print-Ansicht:** A view showing a grid of print packages (C1, C3, C5, C7) with associated details like customer name, dates, and status.



Integrierte Buchungsprozesse / SAP-Anbindung

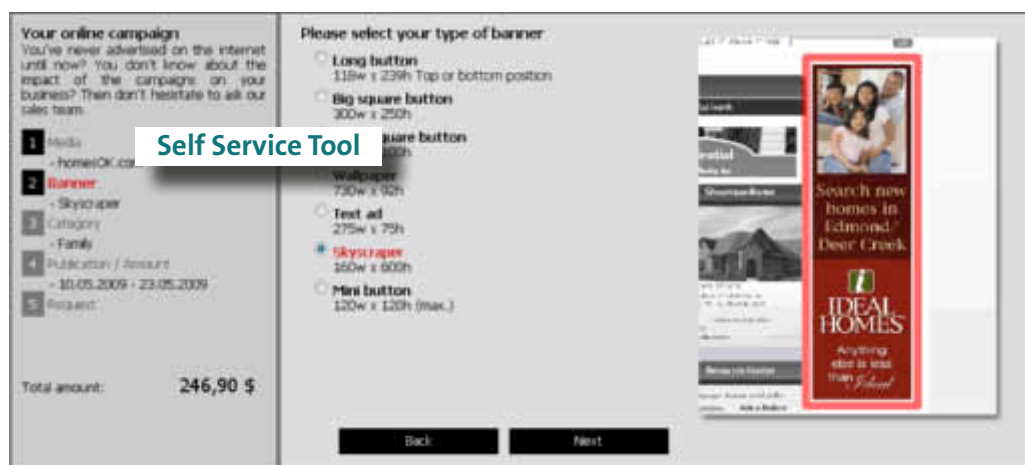
AdX arbeitet direkt mit dem kommerziellen Anzeigensystem zusammen. Die Aufträge können in beiden Systemen erfasst werden, was die Flexibilität erhöht und doppelte Dateneingaben vermeidet.

Über eine SAP BAPI-Anbindung ist es möglich, die in SAP berechneten Preise in der AdX-Oberfläche anzuzeigen und hier Rabattierungen vorzunehmen.

Für die Auftragserfassung in der Buchungsmaske von AdX, die in planerische, technische und kaufmännische Abläufe untergliedert ist, kann ein automatischer Benachrichtigungsdienst administriert werden. Sobald ein Bearbeiter seine (Teil-)Aufgabe erledigt hat, wird mit dem Speichervorgang jeweils eine E-Mail generiert und an die unmittelbar nachfolgende Arbeitsinstanz gesendet. Bei Bedarf lässt sich die festgelegte Reihenfolge der Workflow-Schritte jederzeit manuell übersteuern. Mit der Erfassung werden die platzierungsrelevanten Buchungsinformationen automatisch weitergeleitet und in Abhängigkeit vom Ausgabeformat in einem Print-Spiegel oder einer Online- bzw. Mobile-Plantafel visualisiert.

Bewährte Print-Disposition

Die Print-Ansicht beruht im Kern auf den bewährten AdDispo/WebDispo-Strukturen, die bereits aus der klassischen ppi-Anzeigendisposition vertraut sind. Auf den in einer Spiegelansicht zu Gruppen zusammengefassten Seiten werden sämtliche Reservierungen, Platzierungswünsche und Festbuchungen sowie der jeweilige Typ der Anzeige dargestellt. Darüber hinaus wird der aktuelle Anzeigenfüllgrad jeder Seitengruppe dynamisch eingeblendet, und es lässt sich ad hoc prüfen, wo noch Plätze frei sind.



Modernes Online-/Mobile-Advertising

Der Online-Dispositionsbereich besteht aus einer großformatigen Plantafel, der eine Kalenderfunktion und die Website-Strukturen unterlegt sind. Zu allen Websites und ihren spezifischen Werbeformaten wie Superbanner, Skyscraper etc. werden auf einer fortlaufenden Zeitachse (Monats-, Wochen-, Tages-Ansicht) die Belegungen in übersichtlichen Farbbalken angezeigt. Analog dazu ist der Bereich für die Mobile-Disposition gestaltet.

Die Belegungen repräsentieren die unterschiedlichen Verkaufsarten nach Volumen, Fest- bzw. Exklusiv-Buchung oder einem themenbezogenen Channel-Booking.

Verschiedene Filtermöglichkeiten sorgen für fein- oder grobgranulare Sichten auf die ausgewählten Daten.

Self Service Tool für Kleinaufträge

Zur weiteren Verkaufsunterstützung dient das integrierte Self Service Tool, in dem sich der Kunde eigenständig über die Reichweiten, Positionierungen, Zeiträume, Klickraten, Formate und vor allem die Kosten seiner beabsichtigten Online-Kampagne informieren kann. Ein Kalkulator zeigt jeweils die Basispreise der ausgewählten Buchungen an.

Kombinierte Premium-Packages

Da medienübergreifende Werbekampagnen gegenwärtig die höchsten Gewinnmargen versprechen und in dieser Kombination auch die größten Zukunftspotentiale liegen, ist die Disposition kombinierter Premium-Packages mit AdX besonders einfach und effizient durchzuführen: Alle Buchungsangaben werden einmal zentral im Kampagnenmanager erfasst. Vordefinierte Pakete lassen sich auf einen Blick in der aggregierten Package-View überprüfen. Genauso schnell ist ersichtlich, ob der Belegungswunsch in dieser Form für die einzelnen Ausgabekanäle realisiert werden kann oder welche zeitlichen Alternativen zur Verfügung stehen.

Permanente Erfolgskontrolle

Damit sich der Werbeerfolg optimal planen und überprüfen lässt, wurden wichtige Steuerungsparameter des AdServers in AdX integriert. So besteht zum einen Zugriff auf das verfügbare Werbeinventar des aktuell letzten Monats. Und zum anderen können über eine Anbindung an den Adserver Reporting-Informationen zu den Ad Impressions und Ad Clicks angezeigt werden. Diese Zahlen sind in AdX an der Sitestruktur der entsprechenden Seite in der Plantafel hinterlegt.

Ihre Vorteile



- Ausweiten der Sales-Strategie in Richtung Cross-Media-Sales bei einfacher Usability.
- Modulare Einsatzmöglichkeiten je nach strategischer Ausrichtung des Medienhauses.
- Ökonomische Verwaltung kommerzieller Aufträge für Werbekampagnen auf verschiedenen Kanälen unter einer einzigen Auftragsnummer.
- Visualisierte Übersicht von Produktstrukturen und Anzeigenplätzen für Print, Online Websites und Mobile Sites.
- Disposition von Anzeigenplätzen für Print und Online mit einer Preisermittlung über SAP in der AdX-Browser-Oberfläche.
- Übergabe der Online-Aufträge an die Adserver.
- Übersichtliche Verwaltung im Admanagement komplexer Motive.

ppi Media GmbH
Hindenburgstraße 49
22297 Hamburg
Deutschland

Tel: +49 40 22 74 33-60
Fax: +49 40 22 74 33-666
info@ppimedia.de
www.ppimedia.de

© 2012 by ppi Media GmbH

ppi Media US, Inc.
Chicago, IL
USA

Phone: +1 855 828 0008

ussales@ppimedia.com
www.ppimedia.com

ppi

