Interactive
PERFORMANCE
Deutschland

PORTFOLIO & PRODUKT

FULL FUNNEL

Den ganzen Funnel bespielen viele. Auf jeder Stufe leistungsbasiert
abrechnen kaum jemand. Stufen - transparent abgerechnet bis zum Ergebnis

Agenda

01 Full Funnel – unser Leistungsangebot

02 Abrechnungsmodelle & Portfolio-Übersicht

03 Let’s perform together!

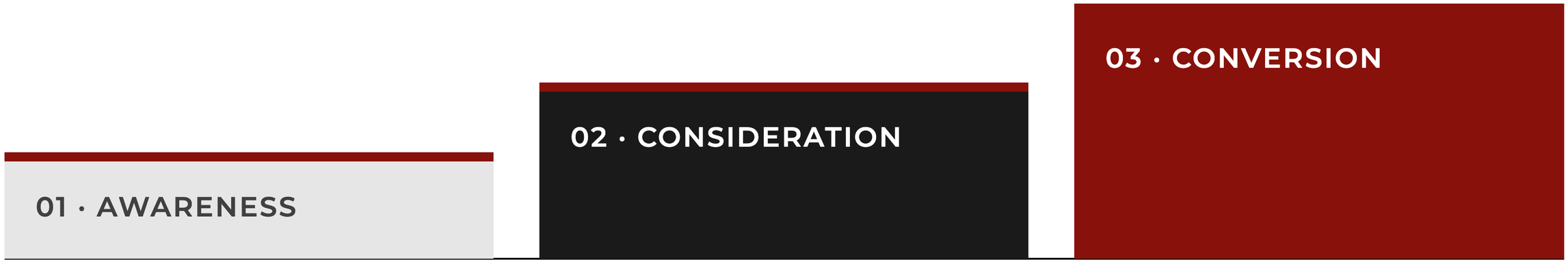
Portfolio

Ein Partner für die ganze Journey

Von der ersten Sichtbarkeit bis zur abgeschlossenen Bestellung

Full Funnel

Von der ersten Sichtbarkeit bis zum abgeschlossenen Lead - ein Partner für die ganze Journey



Sichtbarkeit schaffen

Wir schaffen Sichtbarkeit dort, wo die Zielgruppe ohnehin schon hinschaut: CTV, Online Video und Display im Zusammenspiel.

Interesse wecken

Aufmerksamkeit wird in Interesse verwandelt – mit Formaten, die zum Klick und zur Interaktion einladen.

Ergebnisse verantworten

Volles Risiko, volle Ergebnisverantwortung: die Conversion-Stufe rechnet ausschließlich auf Basis erzielter Resultate ab.

Acht Produkte, drei Stufen

Produkte und Abrechnungsmodelle je Funnel-Stufe

REICHWEITE — ERGEBNIS

01 · AWARENESS	03 PRODUKTE
CTV	CPM · CPFV · CPR
Online Video	CPM · CPFV · CPR
Awareness Display	CPM · vCPM · CPR
02 · CONSIDERATION	03 PRODUKTE
Prospecting Display	CPM · CPC
Prospecting Native	CPM · CPC
Interactive Ads	CPE
03 · CONVERSION	02 PRODUKTE
CPO Retargeting	Cost per Order
CPL	Cost per Lead

Das Fundament

Premium-Inventar, qualitative Daten und eigene Technologie, auf jeder Stufe

Premium-Inventar

Eigens kuratierte Umfelder mit Fokus auf die Top-10-Vermarkter in DACH, für maximale Markensichtbarkeit in hochwertigem Kontext.

Daten verschiedener Anbieter

Qualitative Zielgruppensegmente, z. B. von UIM, OS Data Solutions und Digiseg, zur präzisen Ansprache neuer User.

Frequenzsteuerung

Zielgerichtete Steuerung der Kontaktdosis für maximale Netto-Reichweite bei kontrollierter Auslieferung.

IAS-gestütztes Monitoring

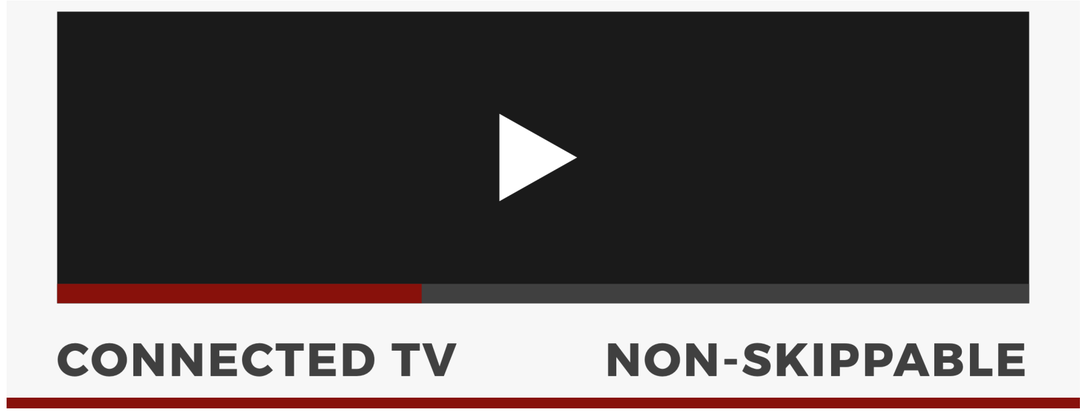
Laufende Ad-Fraud-Kontrolle in den Awareness-Placements. Das Budget fließt in echte, sichtbare Kontakte.

Eigene Adserver-Lösung

Impression, View, Klick, Interaktion und Conversion in einem System, mit einer Definition und einem gemeinsamen Frequenz-Layer. Grundlage der Ergebnisabrechnung.

CTV

Video auf Connected TV und Streaming – wo TV-Reichweite und digitale Aussteuerung zusammenkommen.



LEISTUNGSUMFANG

- Instream Pre / Mid / Post-Roll mit Ton, 16:9 Full HD
- Non-skippable, Spotlängen 6 / 15 / 20 / 30 Sekunden
- Brand-Safe Premium-Streaming-Umfelder, Targeting möglich
- Einzelne Umfelder nach Abstimmung belegbar
- Co-Viewing und Lean-back-Nutzung – hohe Completion Rates
- Frequenzsteuerung für maximale Reichweite

ABRECHNUNG · WOFÜR DU ZAHLST

CPM	Cost per Mille pro 1.000 ausgelieferte Impressions
CPFV	Cost per Full View nur vollständig gesehene Videos
CPR	Cost per Reach pro 1.000 erreichte Unique User

Empfehlung: CPFV, wenn der Spot vollständig ankommen soll - CPR für Netto-Reichweite im Haushalt.

UMFELD

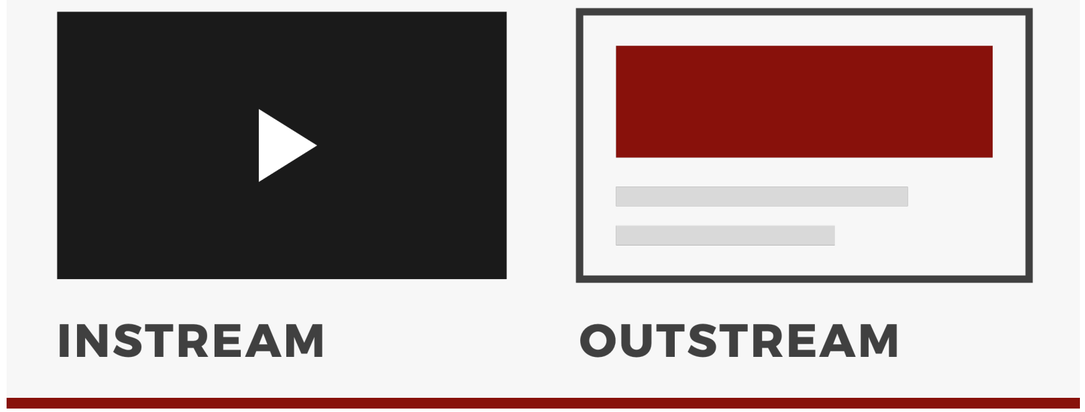
Premium-Streaming-Rotation

FORMAT

Video 6–30 Sek. · non-skippable

Online Video

In- und Outstream-Video in kuratierten Premium-Umfeldern - ohne Streuverlust.



LEISTUNGSUMFANG

- In- und Outstream, Spotlängen 6 / 15 / 20 / 30 Sekunden
- Premium-Inventar der Top-10-Vermarkter in DACH
- Daten von UIM, OS Data Solutions, Digiseg u. a.
- Frequenzsteuerung für maximale Netto-Reichweite
- IAS-gestütztes Ad-Fraud-Monitoring

ABRECHNUNG · WOFÜR DU ZAHLST

CPM	Cost per Mille pro 1.000 ausgelieferte Impressions
CPFV	Cost per Full View nur vollständig gesehene Videos
CPR	Cost per Reach pro 1.000 erreichte Unique User

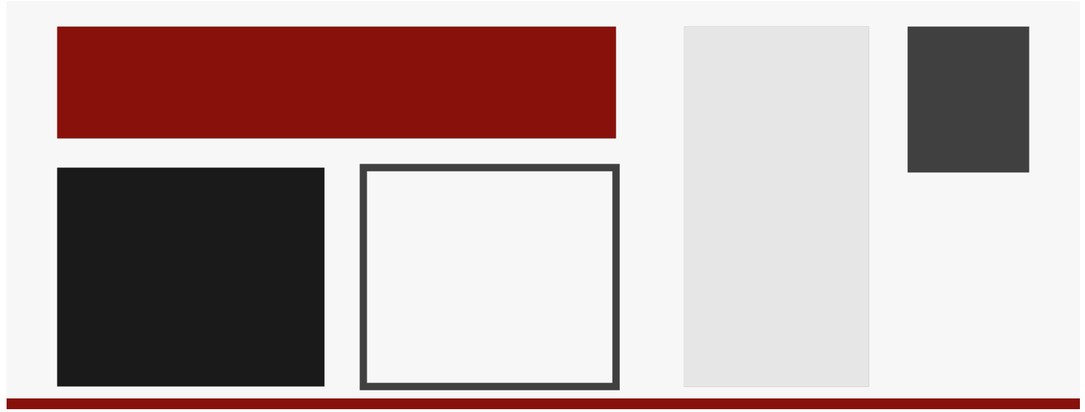
Empfehlung: CPFV für maximale Aufmerksamkeit, CPR wenn Netto-Reichweite das Kampagnenziel ist.

CROSS-PRODUCT · COMPLETED VIEWER

Awareness Display | Interactive Ads | Prospecting Display

Awareness Display

Passende User erreichen, die deine Brand noch nicht kennen - sichtbar statt nur ausgeliefert.



LEISTUNGSUMFANG

- Ad Bundle, Großformate und mobile Formate
- Kuratierte Umfelder der Top-10-Vermarkter in DACH
- Daten von UIM, OS Data Solutions, Digiseg u. a.
- Mindestens 70 % Viewability
- Frequenzsteuerung für maximale Netto-Reichweite
- IAS-gestütztes Ad-Fraud-Monitoring

ABRECHNUNG · WOFÜR DU ZAHLST

CPM	Cost per Mille pro 1.000 ausgelieferte Impressions
vCPM	viewable CPM nur sichtbare Impressions nach MRC-Standard
CPR	Cost per Reach pro 1.000 erreichte Unique User

Empfehlung: vCPM, wenn nur sichtbare Kontakte zählen – CPR, wenn Netto-Reichweite das Ziel ist.

UMFELD

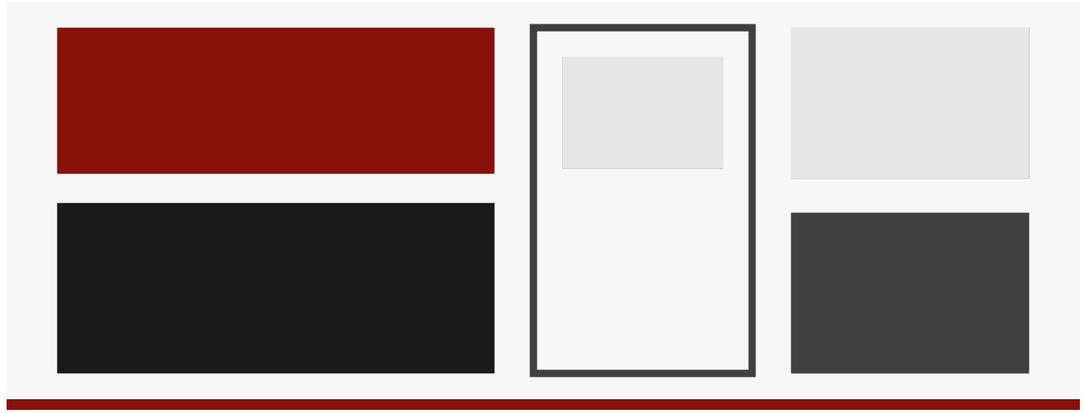
Premium-Publisher DACH

FORMAT

Ad Bundle, Groß- und mobile Formate

Prospecting Display

Display-Kampagnen für neue, noch unbekannte Nutzer, in kuratiertem Premium-Inventar.



LEISTUNGSUMFANG

- Ad Bundle, Großformate und mobile Formate
- Kuratiertes Premium-Inventar der Top-10-Vermarkter in DACH
- Daten von UIM, OS Data Solutions, Digiseg u. a.
- Optional: Pixelverbau zur Visit-Messung
- Optional: Ausschluss bisheriger Besucher für Inkrementalität

ABRECHNUNG · WOFÜR DU ZAHLST

CPM	Cost per Mille pro 1.000 ausgelieferte Impressions
CPC	Cost per Click nur der Klick auf das Werbemittel

Empfehlung: CPC, wenn ausschließlich der Klick abgerechnet werden soll. Die Auslieferung dahinter finanzieren wir vor, das Volumen richtet sich nach dem vereinbarten Klickpreis. CPM für planbare Auslieferung.

UMFELD

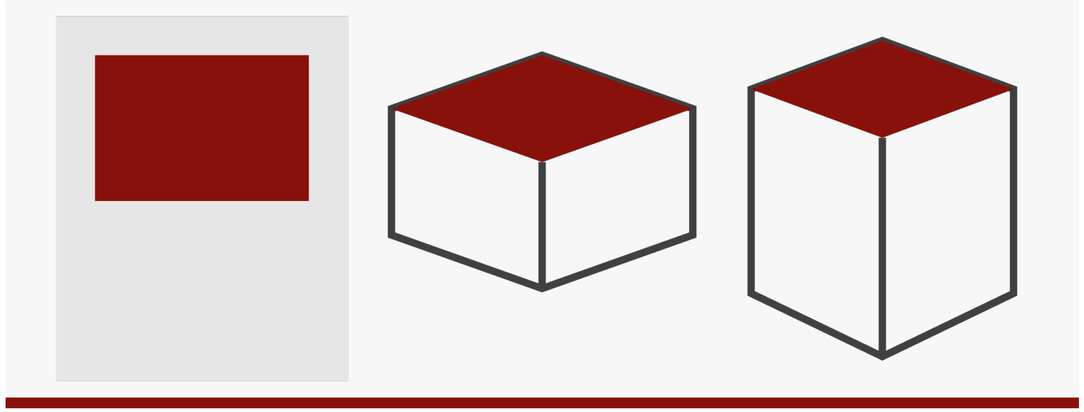
Kuratiertes Premium-Inventar

FORMAT

Ad Bundle, Groß- und mobile Formate

Interactive Ads

Product Ad, Cube Ad und Big Cube Ad – aus Betrachten wird messbare Interaktion.



LEISTUNGSUMFANG

- Ausschließlich Premium-Umfelder mit hoher Viewability
- Engager als Retargeting-Audience wiederansprechbar
- Interaktion wird als Event gemessen und ausgewiesen

CROSS-PRODUCT · ENGAGED AUDIENCE

Online Video	Awareness Display	Prospecting Display

ABRECHNUNG · WOFÜR DU ZAHLST

CPE — Cost per Engagement
nur die gemessene Interaktion

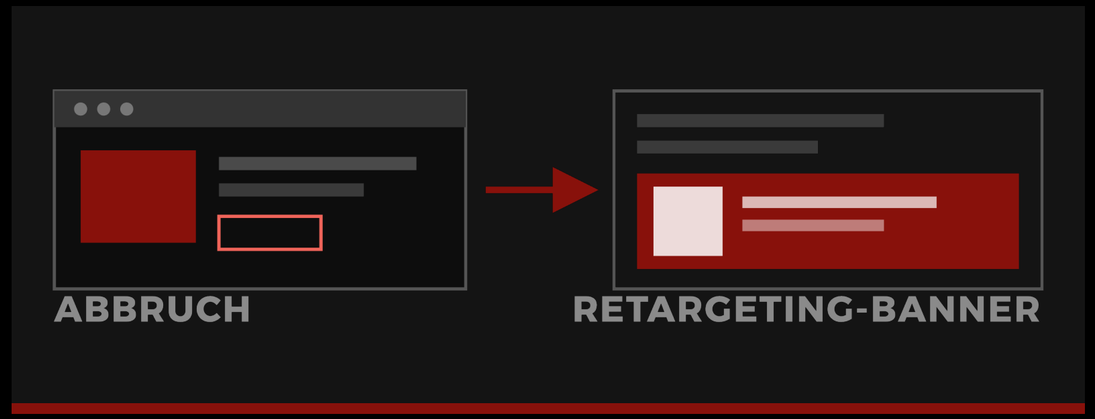
Nur ein Modell – bezahlt wird ausschließlich die gemessene Interaktion, nicht der reine Sichtkontakt.

DIE FORMATE

Product Ad	Swipe durch Produkt- und Kategorie-Cards – Sortimentsvielfalt erlebbar
Cube Ad	Drehbarer Würfel mit vier individuell klickbaren Seiten
Big Cube Ad	Gleiches Prinzip als Quader – größer, aufmerksamkeitsstärker

CPO Retargeting

Retargeting auf Basis abgeschlossener Bestellungen – das Ergebnisrisiko liegt bei IPD, nicht beim Kunden.



LEISTUNGSUMFANG

- Gezielte Rückgewinnung von Warenkorb-Abbrechern und wiederkehrenden Käufern
- Dynamische Werbemittel aus dem Produkt-Feed
- Kein Vorab-Mediabudget nötig

ABRECHNUNG · WOFÜR DU ZAHLST

CPO — Cost per Order
nur die abgeschlossene Bestellung

Volles Mediarisiko bei IPD – abgerechnet wird erst das Ergebnis.

UMFELD

Bestandsnutzer / Retargeting

FORMAT

Cross-Product über alle Placements

CPL

Leadgenerierung auf Cost-per-Lead-Basis – bezahlt wird ausschließlich für qualifizierte Leads.

LEISTUNGSUMFANG

- Qualifizierungskriterien werden vorab gemeinsam definiert
- Ideal bei längerem Consideration-Zyklus vor dem Abschluss
- Kein Vorab-Mediabudget nötig
- Neue Leads werden an den besten Bestandskunden ausgerichtet
- Mikrogeografisches Scoring über eine Echtzeitschnittstelle zur Haushaltsdatenbank der Global Group

ABRECHNUNG · WOFÜR DU ZAHLST

CPL — Cost per Lead
nur der qualifizierte Lead

Volles Mediarisiko bei IPD – abgerechnet wird erst das Ergebnis.

UMFELD

Qualifizierte Interessenten

FORMAT

Cross-Product über alle Placements

AWARENESS WORKFLOW

- Zielgruppen entstehen aus Umfeld, Soziodemografie und Lookalikes – ein Vorkontakt zur Marke ist nicht nötig
- Die Aussteuerung läuft kanalübergreifend über eine DSP: CTV, Video und Display teilen sich Frequenz und Sequenz
- Gemessen wird Sichtbarkeit – sichtbare Impressions und vollständig gesehene Videos statt bloßer Auslieferung

WORKFLOW

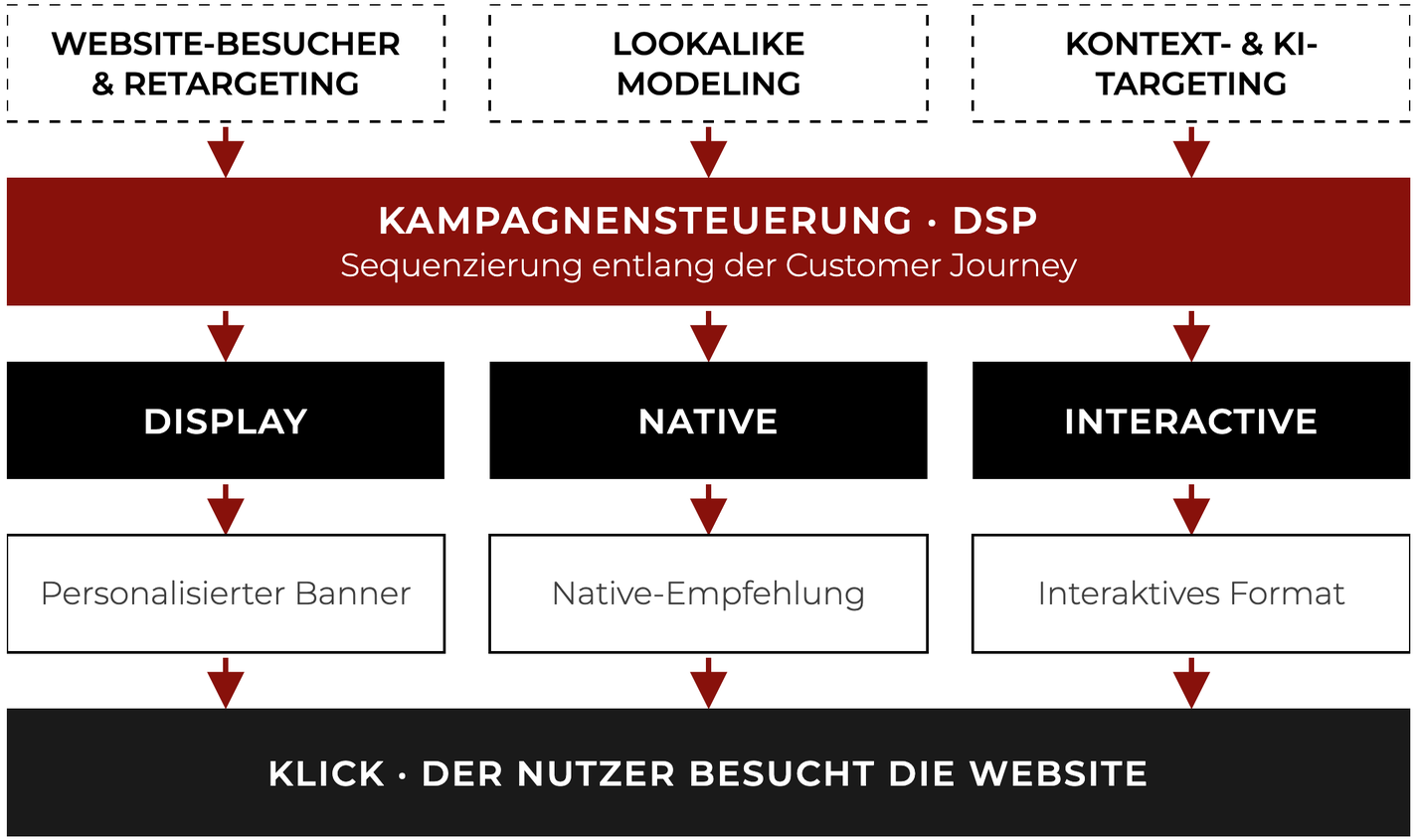
ABRECHNUNG

CPM und CPFV. Abgerechnet wird die sichtbar ausgelieferte Impression beziehungsweise das vollständig gesehene Video.

CONSIDERATION WORKFLOW

- Aus Website-Besuchern, Lookalikes und KI-Targeting entsteht ein Pool mit erkennbarem Interesse
- Display, Native und Interactive Ads greifen ineinander – jedes Format übernimmt einen anderen Teil der Journey
- Erst der Klick zählt: Impressions, Reichweite und Frequenz werden von uns vorfinanziert

WORKFLOW



ABRECHNUNG

CPC. Abgerechnet wird ausschließlich der Klick. Impressions, Reichweite und Frequenz werden von uns vorfinanziert und nicht separat berechnet.

CONVERSION WORKFLOW

- Website-, Warenkorb- und Feed-Daten steuern personalisierte Produktbanner und Lead-Strecken aus
- Nutzer werden dort abgeholt, wo sie abgesprungen sind – mit genau dem Produkt, das sie angesehen haben
- IPD trägt das volle Mediarisiko: abgerechnet wird nur der abgeschlossene Kauf oder der qualifizierte Lead

WORKFLOW

ABRECHNUNG

CPO und CPL. Abgerechnet wird ausschließlich das erzielte Ergebnis. Das komplette Mediarisiko liegt bei IPD.

Ehrliche Messung

Wir messen, was wir beitragen. Und wir sagen, was Messung nicht leisten kann.

01 · BEITRAG

Beitrag entlang der Journey

Zu jeder Bestellung sehen wir, ob es vorher Video- oder Displaykontakt gab, wie viele Kontakte es waren und wie lange sie zurückliegen. Post View mindestens 3 Tage, Post Click mindestens 30 Tage, immer vorab festgeschrieben. Beschreibend, nicht kausal.

02 · VERGLEICH

Exponiert gegen nicht exponiert

Wir vergleichen die Conversion Rate der Nutzer mit Awareness-Kontakt mit denen ohne, innerhalb derselben Zielgruppe. Schnell verfügbar und ohne Zusatzaufwand im laufenden Betrieb. Einschränkung: wer viel online unterwegs ist, sieht mehr Werbung und kauft mehr.

03 · NACHWEIS

Holdout als Nachweis

Ein definierter Teil der Zielgruppe wird bei den oberen Stufen bewusst ausgespart. Danach vergleichen wir Conversion-Volumen und Zielwert gegen die bespielte Gruppe. Die einzige Messung, die den kausalen Beitrag einer Funnelstufe zeigt.

Was wir nicht sehen: Gemessen wird, was über unsere Systeme läuft. SEA, Social, TV, Newsletter und organische Kanäle sind nicht enthalten. Die ID-Abdeckung ist wegen Consent und Cross-Device keine Vollerhebung, bei CTV ist die Lücke am größten. Wer den Beitrag aller Kanäle gegeneinander bewerten will, braucht ein Modell auf Kundenseite. Dorthin liefern wir unsere Daten zu.

ABRECHNUNGSMODELLE

Je Produkt frei wählbar – von Sichtkontakt bis reines Ergebnis

Acht Modelle, ein transparentes Portfolio

Abrechnungsmodelle

Je Produkt frei wählbar – von Sichtkontakt bis reines Ergebnis

DIE MODELLE

CPM	Cost per Mille pro 1.000 Impressions	**CPFV**	Cost per Full View nur vollständig gesehene Videos
vCPM	viewable CPM nur sichtbare Impressions (MRC)	**CPC**	Cost per Click pro Klick auf das Creative
CPR	Cost per Reach pro 1.000 Unique User	**CPE**	Cost per Engagement pro gemessener Interaktion
CPO	Cost per Order pro Bestellung · volles Risiko bei IPD	**CPL**	Cost per Lead pro Lead · volles Risiko bei IPD

JE PRODUKT BUCHBAR

CTV	CPM · CPFV · CPR
Online Video	CPM · CPFV · CPR
Awareness Display	CPM · vCPM · CPR
Prospecting Display	CPM · CPC
Prospecting Native	CPM · CPC
Interactive Ads	CPE
CPO Retargeting	Cost per Order
CPL	Cost per Lead

Portfolio auf einen Blick

PRODUKT	STUFE	UMFELD	FORMAT	ABRECHNUNG
CTV	Awareness	Connected TV / Streaming	Video 6–30 Sek. · non-skippable	CPM · CPFV · CPR
Online Video	Awareness	Premium-Publisher DACH	In- und Outstream Video	CPM · CPFV · CPR
Awareness Display	Awareness	Premium-Publisher DACH	Ad Bundle, Groß- und mobile Formate	CPM · vCPM · CPR
Prospecting Display	Consideration	Kuratiertes Premium-Inventar	Ad Bundle, Groß- und mobile Formate	CPM · CPC
Prospecting Native	Consideration	Redaktionelle Publisher-Umfelder	Native Ad	CPM · CPC
Interactive Ads	Consideration	Premium-Umfelder, hohe Viewability	Product / Cube / Big Cube Ad	CPE
CPO Retargeting	Conversion	Bestandsnutzer / Retargeting	Cross-Product über alle Placements	Cost per Order
CPL	Conversion	Qualifizierte Interessenten	Cross-Product über alle Placements	Cost per Lead

Einzeln oder als Full-Funnel-Kombination buchbar, Hybridmodelle nach Absprache möglich. Bei CPC, CPO und CPL zahlst du ausschließlich das Ergebnis, die Reichweite dahinter wird von uns vorfinanziert. Das erreichbare Volumen hängt deshalb am vereinbarten Zielwert, den Korridor stimmen wir vor dem Start gemeinsam ab.

Keine fremden Cases

Du brauchst keinen fremden Case, wenn du kein Risiko trägst.

Dein eigener Case, ab der ersten Kampagne

Wir setzen die Messung von Beginn an auf, inklusive Holdout. Nach der ersten Kampagne hast du eigene Zahlen zum Funnelbeitrag statt einer fremden Referenz.

Belegte Lieferfähigkeit

Premium-Inventar der Top-10-Vermarkter in DACH, qualitative Datenanbieter, IAS-gestütztes Monitoring und eine eigene Adserver-Lösung. Das ist die Grundlage, auf der wir Ergebnisrisiko überhaupt übernehmen können.

Kein Zahlenschmuck

Wir stellen keine Ergebnisse aus fremden Kampagnen als Versprechen dar. Was wir zeigen, ist das Setup, die Messlogik und der Zielkorridor. Bewertet wird danach an deinen Zahlen.

LET’S PERFORM TOGETHER!

Interactive Performance Deutschland GmbH
Neumühlen 15 | 22763 Hamburg

info@interactiveperformance.de +49
40 22 868 394 - 0
Interactiveperformance.de