

DOPPELCLICK.TV



Ausgangslage

Viele Studien belegen, dass das Internet Medium Nummer eins im Bereich Informationsgewinnung, Unterhaltung und sozialer Vernetzung wird. Wir sind uns gewohnt, dass die Mehrzahl der Angebote kostenlos sind und somit durch Werbung finanziert werden.

Allerdings nimmt durch die fortschreitende Reiz- und Informationsüberflutung die Werbemüdigkeit dramatisch zu. Der Konsument hat zudem gelernt, zwischen dem von ihm nachgefragtem Inhalt und Werbebotschaften zu unterscheiden und blendet Werbung selektiv aus.

Werbebotschaften nachhaltig zu verankern wird deshalb zunehmend schwieriger. Als Gegenmassnahme werden immer grössere, inhaltsüberblendende Banner geschaltet, welche den Konsumenten «zwingen» sollen, die Werbung zur Kenntnis zu nehmen. Negativer Imagetransfer ist die Konsequenz.



Trends Online-Werbung

Zunehmende Werbemü(n)digkeit der Konsumenten

Verslechterung der Konsumentenhaltung bei Low-Involvement-Situationen

Sinkende Clickraten (0.33% im 2004, 0.18% im 2007)

Kompensation durch dominierende Werbeformen (z.B.: Overlays)



Umfeld Internet und Online-Werbung

Gratisinhalt bleibt Standard

Bewegtbilder und Videoinhalte haben das stärkste Wachstum

Crossmediale Vernetzung erhöht Wirkung

Storytelling weckt die gewünschten Emotionen

Inhalte sind online «on demand» für verschiedene Plattformen («3 Screens») verfügbar

Redaktionelle Gliederung nach Sparten, Rubriken und Special Interest bringt Genauigkeit in der Zielgruppenansprache



Die Antwort

doppelclick.tv ist kosteneffiziente und zielgruppengenaue Imagekommunikation mit grosser Reichweite mittels aktuellen und emotionalen audiovisuellen Inhalten auf hoch frequentieren Internet-Portalen.

Von einer interdisziplinären Profiredaktion hergestellte Videos zu unterschiedlichsten Themen, bieten emotionale und aktuelle Inhalte, welche sich optimal auf die Kommunikationsaufgaben von Konsumgüter-Unternehmen abstimmen lassen.

Publiziert auf hochfrequentierten Internetportalen wird eine reichweitenstarke, zielgruppen-genaue und detailliert messbare Kommunikation erreicht.

doppelclick.tv spricht direkt die Zielgruppe an: emotionale Filmbeiträge auf den grössten Internetportalen kommunizieren Produktnutzen und Image für wenig Mediabudget.



doppelclick.tv ist ...

Redaktionell betreute und professionell hergestellte Filmbeiträge zu aktuellen Themen aus dem Themengebiet des Werbetreibenden (keine Werbespots), die vom Werbetreibenden als Sponsor präsentiert (z.B.: Titelsponsor, presenting Sponsor, powered by, etc.) werden.

Auf den bestfrequentierten (News-)Portalen publiziert

Crossmedial vernetzt: Bewegtbild, Produktinfos, News, Community

Aktuell, emotional, informativ

Jederzeit und überall verfügbar



Nutzen

«Pull-» anstelle «Pushkommunikation», d.h. Benutzer wählt die Videos aktiv an

Hohes Involvement der Nutzer aufgrund des Interesses am Content

Optimales Branding und Imagetransfer

Verlinkung mit klassischer Kommunikation

Redaktioneller Inhalt – daher hohe Glaubwürdigkeit

Zielgruppengenau – da hoher Match mit Konsumenteninteressen

Bessere Werbewirkung und deutlich spürbar kosteneffizienter als bisherige Werbeformen

Genaue Messbarkeit



Fazit

doppelclick.tv bietet bei tieferen Gesamtkosten das bessere Preis-/Leistungsverhältnis pro Click als herkömmliche Bannerwerbung. Emotionale, fesselnde und aktuelle Filmbeiträge erreichen die Zielgruppe und bewirken einen nachhaltigen Imagetransfer. Optionale crossmediale Vernetzung erlaubt die Integration in herkömmliche Kommunikationspläne.

doppelclick.tv ist die optimale Lösung, auch in Krisenzeiten, die Zielgruppe für sich zu gewinnen.



Wer steht dahinter?

doppelclick.tv ist die Bündelung von Kompetenzen aus den Bereichen Marketing, Kommunikation und Werbung sowie aus Journalismus und Videoproduktion. Eine Koproduktion der WOMM Werbeagentur AG aus Basel und der Content Container GmbH aus Zürich.