

SELF BOOKING

Wie man den BurdaForward Ad Manager benutzt

INHALT

1. Workflow
2. Registrierung
3. Kampagne anlegen
4. Reporting
5. Tipps & Tricks
6. Specs Native Ads & Native Article

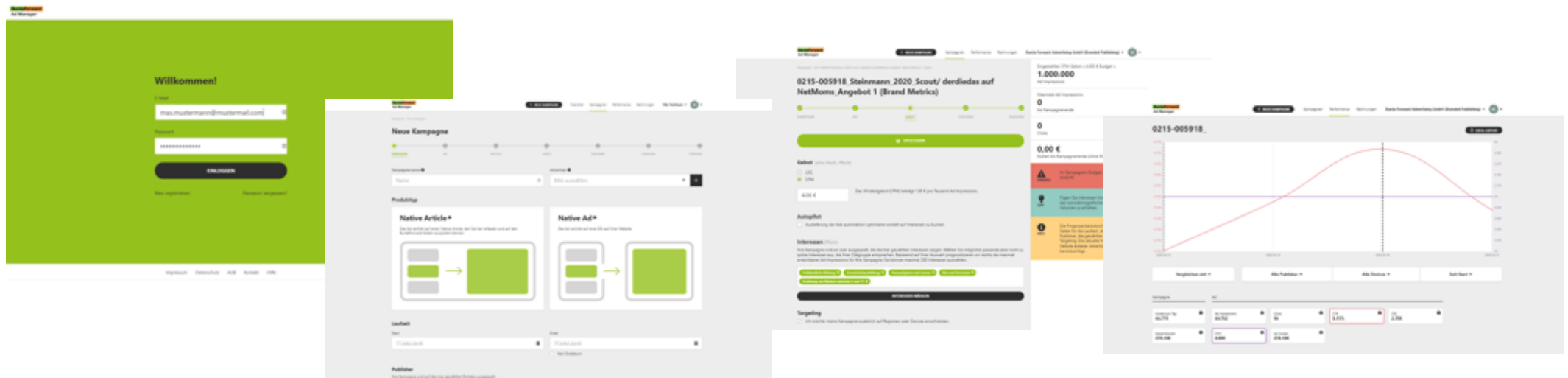
WORKFLOW

Login und Zugang zur Plattform

Kampagne, Artikel und Native Ads anlegen

Targeting auswählen und Trackings einfügen

Performance Reporting



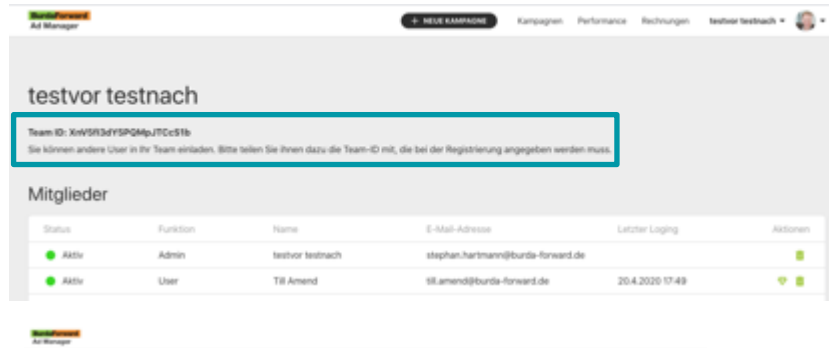
REGISTRIERUNG

STEP 1 – REGISTRIEREN IM ADMANAGER

The image shows two overlapping screenshots of the BurdaForward Ad Manager interface. The top screenshot is a green-themed login page titled 'Willkommen!'. It features input fields for 'E-Mail' (containing 'max.muellermann@muellermann.com') and 'Passwort', a 'EINGEBEN' button, and a 'registrieren' button highlighted with a blue rectangular box. The bottom screenshot is a registration form with various input fields: 'Nachname (Pflicht)', 'E-Mail (Pflicht)', 'Passwort (Pflicht)', 'Passwort Wiederholung (Pflicht)', 'Firma', 'Straße / Hausnummer (Pflicht)', 'PLZ (Pflicht)', 'Ort (Pflicht)', 'Land' (set to 'Deutschland'), and 'USA ID'. A checkbox is present for 'Ich möchte in einem bestehenden Team Mitglied werden'. At the bottom, there is a green 'SPEICHERN' button and a disclaimer: 'Ich habe die Allgemeine Geschäftsbedingungen und die Datenschutzerklärung der BurdaForward GmbH für die Nutzung des BurdaForward AdManagers in der jeweils aktuellen Fassung gelesen und stimme Ihnen zu. Ich bin von meinem Arbeitgeber dazu autorisiert, ihn im Ad Manager zu registrieren und Onlinewerbung für ihn zu schalten.'

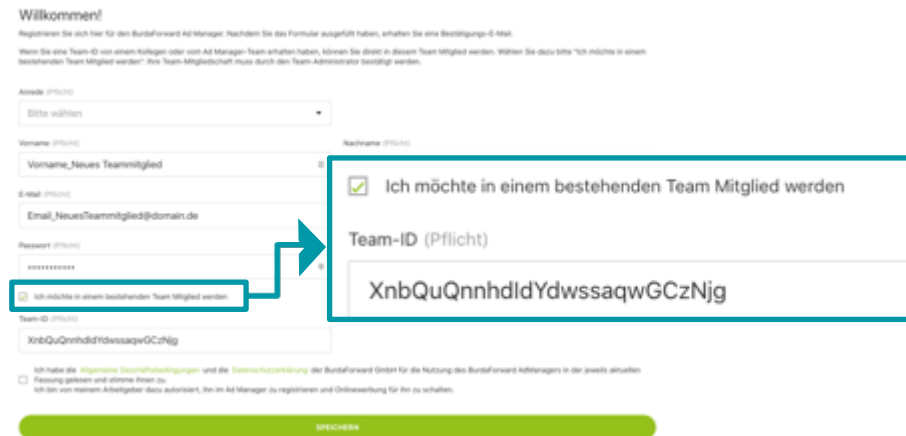
1. Klicken Sie auf registrieren auf der Seite
<https://admanager.conunity.io/login>
2. Tragen Sie Ihre Daten ein und klicken auf „Speichern“
3. Sie erhalten dann eine Bestätigungsmail
4. Sollten Sie Unterstützung benötigen, wenden Sie sich bitte über unser Kontaktformular an uns: <https://admanager.conunity.io/service/kontakt>

STEP 2 – EINLADEN WEITERER TEAMMITGLIEDER



Der BF Ad Manager ist teamfähig, so dass mehrere Nutzer in einem Konto arbeiten können.

Hierzu muss der erstangemeldete Nutzer, der gleichzeitig auch Admin ist, den weiteren Teammitgliedern die Team-ID in den Kontoeinstellungen per Mail weiterleiten. Klick auf den Team-Namen und „Team bearbeiten“



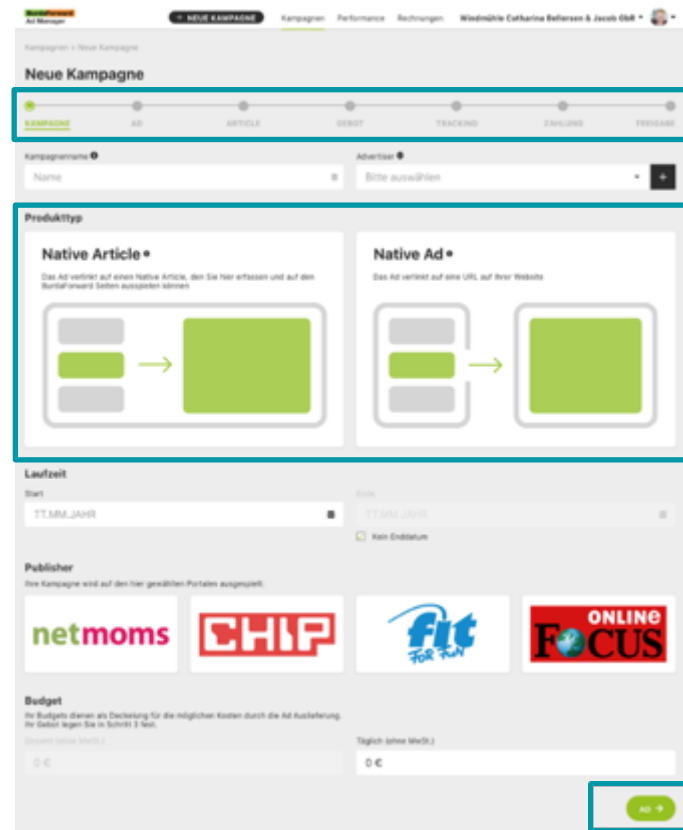
Die neuen Team-Mitglieder melden sich unter „Neu Registrieren“ an und klicken das Häkchen bei „Ich möchte in einem bestehenden Team Mitglied werden“ und geben dort die Team-ID ein.

KAMPAGNE ANLEGEN

IN SIEBEN SCHRITTEN ZU IHRER EIGENEN KAMPAGNE – SCHRITT 1

ANMELDUNG UND KAMPAGNENANLAGE – Nach einer einfachen Anmeldung können Sie sofort die Rahmendaten wie Laufzeit, Budget und ausgewählte Sites Ihrer Kampagne einstellen.

- Beim Produkttyp können Sie zwischen einem Native Article und/oder einem Native Ad auswählen:
- Bei einem Native Ad, erstellen Sie Text-Bild Anzeigen, die im Look & Feel des entsprechenden Publishers ausgespielt werden und auf Ihre Webseite verlinken.
- Bei einem Native Artikel, erstellen Sie einen Artikel, der auf der entsprechenden Publisher-Seite ausgespielt wird. Die hier erstellten Native Ads verlinken auf diesen Artikel.



Über die Fortschrittsleiste oben, sehen Sie immer ganz genau in welchem Schritt Sie sich aktuell befinden und welche Schritte als nächstes anstehen.

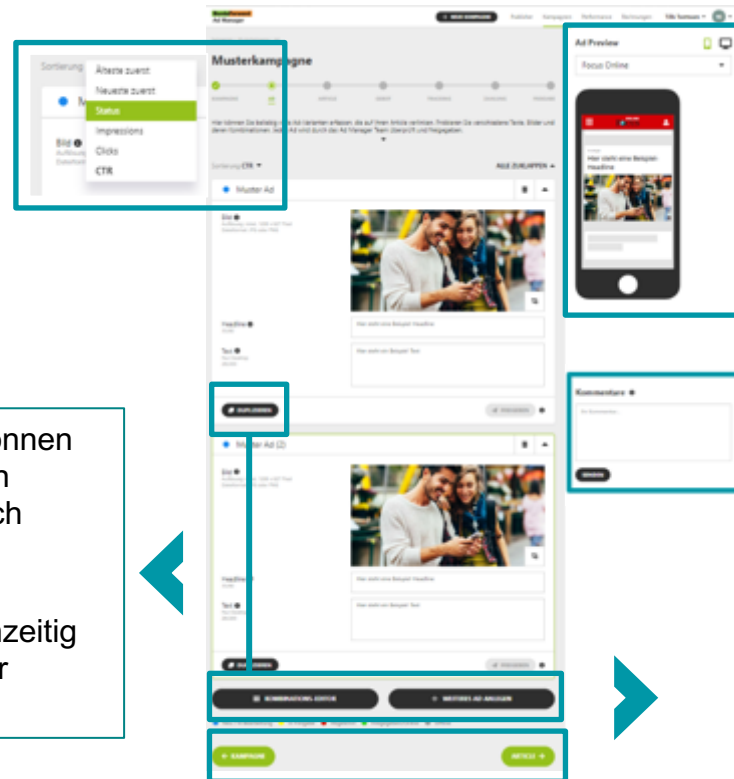
Mit dem Klick auf „Ad“ speichern Sie die Rahmendaten Ihrer Kampagne ab und kommen gleichzeitig auf die nächste Seite.

IN SIEBEN SCHRITTEN ZU IHRER EIGENEN KAMPAGNE – SCHRITT 2

AD EINGABE – Sie erstellen Ihren individuellen Ad-Teaser mit Bildern, Grafiken, CTA- Elementen usw.

Hierüber können Sie Ihre angelegten Ads nach Belieben sortieren.
Vor allem wenn Sie mehrere Ads für einen A/B-Test angelegt haben, können Sie sich hier einen tollen Überblick verschaffen.

Erstellen Sie mehr als ein Native Ad, können Sie hier das bestehende duplizieren, ein neues Ad anlegen oder Sie nutzen gleich unseren Kombinationseditor.
Mit diesem können Sie bis zu 5 Headlines und Bilder gleichzeitig hochladen und automatisch miteinander kombinieren.



Je nachdem welche und wie viele Publisher Sie zu Anfang ausgewählt haben, können Sie sich hier die Preview der Native Ads auf dem jeweiligen Portal und Device anzeigen lassen.

Hinterlassen Sie uns hier gerne Fragen und Anmerkungen und wir melden uns schnellstmöglich mit einer Antwort zurück.

Über die unteren Elemente können Sie immer einen Schritt vor oder zurück navigieren. Alles was Sie auf einer Seite ausfüllen und einstellen, wird automatisch gespeichert, auch wenn Sie einen Schritt zurück gehen möchten.

IN SIEBEN SCHRITTEN ZU IHRER EIGENEN KAMPAGNE – SCHRITT 3

ARTICLE EINGABE – Sie erstellen Ihren Artikel mit Bildern, Videos und CTA-Buttons. Eine Vorschau-funktion ermöglicht eine genaue Kontrolle der Inhalte im Layout der jeweiligen Portale.

Sie können hier auswählen, ob der Artikel auf dem gleichen Publisher ausgespielt werden soll, wie die Native Ads.

Sie könnten den Artikel aber auch auf einem anderen Publisher ausspielen lassen - das ist z.B. dann sinnvoll, wenn Sie mehrere Publisher für Ihre Native Ads ausgewählt haben, den Artikel aber nur auf einem dieser Publisher-Seiten veröffentlichen möchten.



Je nachdem welche und wie viele Publisher Sie ausgewählt haben, können Sie sich hier die Preview des Artikels auf dem jeweiligen Portal und Device anzeigen lassen.

Sie können Ihren Artikel mit den folgenden Modulen anreichern und ihn damit umfangreich gestalten:

- Weitere Absätze
- Bilder & Bilder-Galerien
- Videodateien & YouTube Videos
- Call-to-action Buttons

IN SIEBEN SCHRITTEN ZU IHRER EIGENEN KAMPAGNE – SCHRITT 4

GEBOT – Sie stellen das CPC-Gebot für Ihren Ad-Teaser ein und wählen aus 600 Content-Kategorien die gewünschte kontextuelle Zielgruppe aus. Auch Geräte- und Geo-Targetings sind möglich. Im Autopilot-Modus wird die Ausspielung maschinell optimiert.

Hier legen Sie Ihren CPC fest. Wir empfehlen mit einem CPC von 0,80-0,90 € einzusteigen und ihn dann schrittweise zu reduzieren.

Zusätzlich zum Interessen-Targeting, können Sie auch auf Regionen und Devices targeten:

Regionen

- Länder
- Bundesländer
- Städte
- PLZ

Devices

- Desktop
- Tablet
- Mobile

Achten Sie darauf, nicht zu viele Targetings einzustellen, damit Sie Ihre Reichweite nicht zu sehr einschränken.

Auf Basis Ihres Gebotes und der von Ihnen ausgewählten Targetings, weisen wir Ihnen eine ungefähre Prognose über die zu erreichenden Kampagnenwerte aus. Außerdem geben wir Ihnen Tipps mit, wie Sie Ihre Reichweite, Klicks und Ihr Budget besser ausschöpfen können.

Wählen Sie hier zwischen unserem Autopiloten und kontextuellen Interessens-Targetingmöglichkeiten:

- Der Autopilot: Über diese Einstellung optimieren wir Ihre Anzeigen automatisch und spielen Sie performanceorientiert aus.
- Interessen: Wählen Sie hier Interessen aus, wird Ihre Kampagne an User ausgespielt, die sich in diesem Interessensumfeld bewegen. Achten Sie dabei darauf, dass Sie keine zu spitzen Interessen auswählen, damit Sie Ihre Reichweite nicht zu sehr einschränken.

IN SIEBEN SCHRITTEN ZU IHRER EIGENEN KAMPAGNE – SCHRITT 5

TRACKING - Sie können sowohl die Ad-Teaser als auch die Artikel-Aufrufe mit einem zweiten Tracking-Pixel und Click Command mitmessen, um die Kampagnen-Werte in Ihren eigenen Systemen zu überprüfen.

Ja nachdem wie viele Native Ads Sie zu Beginn angelegt haben, können Sie hier pro Anzeige ein eigenes separates View- und Clicktracking einbauen.

The screenshot shows the 'Ad Manager' interface with a progress bar at the top indicating the current step. Below the progress bar, there are instructions and a checkbox to enable custom tracking. The 'Ads' section contains five 'Focus Teaser' entries, each with a 'Tracking' field and a 'Clicktrac' field. The 'Articles' section contains one 'Article' entry with similar tracking fields. A 'SPICHERN' button is at the bottom.

Wenn Sie zusätzlich zu unserem Reporting die Performance Ihrer Kampagne mitmessen möchten, setzen Sie hier den Haken und es erscheint eine neue Eingabemaske.

Sollten Sie auch einen Artikel erstellt haben, haben Sie hier nun die Möglichkeit die Views und Klicks des Artikels über ein separates Zählpixel und Clicktracking mitzumessen.

IN SIEBEN SCHRITTEN ZU IHRER EIGENEN KAMPAGNE – SCHRITT 6

ZAHLUNG – Sie erhalten eine Kosteneinschätzung und hinterlegen Ihre Kreditkarten-Daten zur Abrechnung der Kampagne.

Auf dieser Seite finden Sie nun eine Kosteneinschätzung Ihrer Kampagne. Die geschätzten Kosten basieren auf einer aktuell gültigen Prognose für "Ad Clicks" und "Article Views". Der tatsächlich in Rechnung gestellte Betrag kann davon abweichen.

Folgende Faktoren beeinflussen die tatsächlichen Gesamtkosten:

- Von der Prognose abweichendes Angebot an Werbepätzen
- Gebote anderer Kunden auf die gleichen Werbepätze
- Externe Traffic-Quellen (z. B. Suchseiten) auf Ihrem Native Article

Die Gesamtkosten für die Ad Clicks sind durch Ihr Gesamt- und Tagesbudget gedeckelt. Die Kosten für die Article Views sind in diesem Budget nicht enthalten und werden zusätzlich berechnet.

Testkampagne_Max Mustermann

Zahlungsinformationen:
Ihre Kampagne wird nicht fakturiert.

| Kostenschätzung | | | |
|--------------------------------|---------------------------|--------------|----------------------|
| Laufzeit | 20.12.2020 bis 30.12.2020 | 11 Tage | |
| Ads | | | |
| Geschätzte Clicks | 91 pro Tag | 1.000 Clicks | |
| Gebot pro Click | | 1,00 Euro | |
| Zwischensumme Ads | | | 1.000,00 Euro |
| Article | | | |
| Geschätzte Views | 91 pro Tag | 1.000 Views | |
| Preis pro View | | 0,00 Euro | |
| Zwischensumme Article | | | 0,00 Euro |
| Geschätzte Gesamtkosten | | | 1.000,00 Euro |

Ihre Bestellnummer:
Wenn Sie eine Bestellnummer eingeben, wird diese auf den Rechnungen ausgewiesen.

Rechnungsdaten:
Bitte prüfen Sie den Rechnungsdaten genau, da die Rechnungsdaten einer laufenden Kampagne nicht mehr verändert werden können. Es kann Ihnen die die Angaben hier ändern.

| | | | |
|---------------------------------|------------------|----------------|--|
| Name (Pflicht): | Anspruchspartner | | |
| BurdaForward Advertising GmbH | | | |
| Strasse / Hausnummer (Pflicht): | PLZ (Pflicht): | Ort (Pflicht): | |
| St.-Martin-Strasse 66 | 81541 | München | |
| Land: | USt. ID: | | |
| Deutschland | DE296466875 | | |
| E-Mail (Pflicht): | | | |
| maxmustermann@web.de | | | |

Bitte tragen Sie hier Ihre Rechnungs- und Kreditkartendaten ein.

Alternativ können wir sie als Bestandskunde auf Wunsch auch zur Zahlung auf Rechnung umstellen – kommen Sie dazu gern auf uns zu!

Sie können Ihre Kampagne jetzt zur Freigabe einreichen. (Die Prüfung erfolgt an Werktagen innerhalb von max. 2 Stunden)

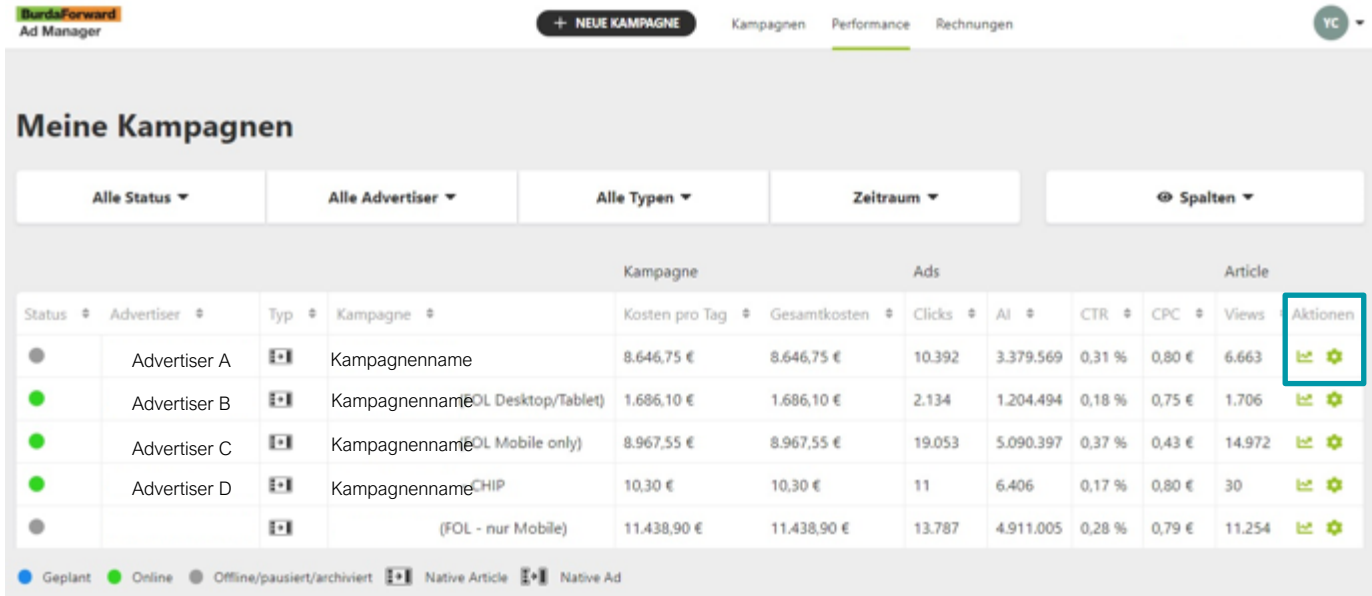
REPORTING

DAS REPORT DASHBOARD

Per Report-Dashboard verfolgen Sie jederzeit die Performance der Kampagne

Auf der Startseite des Report Dashboards haben Sie alle Ihre Kampagnen auf einem Blick:

- Die Felder Status, Advertiser, Typ und Zeitraum sind filterbar, sodass Sie sich immer einen individuellen Überblick verschaffen können
- Außerdem können Sie über das Feld „Spalten“ selber bestimmen, welche Kampagneninfos Sie auf dem ersten Blick sehen möchten
- Für den endgültigen Komfort in der Übersicht, sind alle Spalten zusätzlich sortierbar



The screenshot shows the 'Meine Kampagnen' section of the BurdaForward Ad Manager. It features a table with columns for 'Kampagne', 'Ads', and 'Article'. The 'Aktionen' column is highlighted with a red box. Below the table, there are status indicators: Geplant (blue), Online (green), and Offline/pausiert/archiviert (grey). The legend also includes icons for Native Article and Native Ad.

| Status | Advertiser | Typ | Kampagne | Kosten pro Tag | Gesamtkosten | Clicks | AI | CTR | CPC | Views | Aktionen |
|--------|--------------|-----|-----------------------------------|----------------|--------------|--------|-----------|--------|--------|--------|----------|
| ● | Advertiser A | 📱 | Kampagnenname | 8.646,75 € | 8.646,75 € | 10.392 | 3.379.569 | 0,31 % | 0,80 € | 6.663 | 📊 ⚙️ |
| ● | Advertiser B | 📱 | Kampagnenname (OL Desktop/Tablet) | 1.686,10 € | 1.686,10 € | 2.134 | 1.204.494 | 0,18 % | 0,75 € | 1.706 | 📊 ⚙️ |
| ● | Advertiser C | 📱 | Kampagnenname (OL Mobile only) | 8.967,55 € | 8.967,55 € | 19.053 | 5.090.397 | 0,37 % | 0,43 € | 14.972 | 📊 ⚙️ |
| ● | Advertiser D | 📱 | Kampagnenname (HIP) | 10,30 € | 10,30 € | 11 | 6.406 | 0,17 % | 0,80 € | 30 | 📊 ⚙️ |
| ● | | 📱 | (FOL - nur Mobile) | 11.438,90 € | 11.438,90 € | 13.787 | 4.911.005 | 0,28 % | 0,79 € | 11.254 | 📊 ⚙️ |



Über einen Klick auf den Graphen kommen Sie auf das Detail-reporting

DAS REPORT DASHBOARD

Hier finden Sie alle Ihre Kampagnenwerte noch einmal im Detail

Im Bereich Kampagne sehen Sie die Kosten der Kampagne pro Tag und in Summe.

Der Bereich Ad zeigt Ihnen alle relevanten Gesamtzahlen zu Ihren Native Ads.

Im Bereich Article finden Sie alle wichtigen KPIs Ihres Artikels.

Je nachdem welche KPIs Sie hier auswählen, können Sie sich oben über den Graphen die Entwicklung Ihrer Kampagne anzeigen lassen.



Mit nur einem Klick laden Sie hier alle KPIs Ihrer Kampagne in eine übersichtlich aufbereitete Excel-Datei herunter.

Über diese Felder können Sie sich die Übersicht nochmal auf Publisher, Devices und Laufzeit filtern. Eine weitere Besonderheit: Sie haben hier die Möglichkeit die Performance zweier Kampagnen miteinander zu vergleichen. Sehr nützlich wenn Sie bspw. zwei identische Kampagnen, mit unterschiedlichen Targetings oder Geboten angelegt haben.

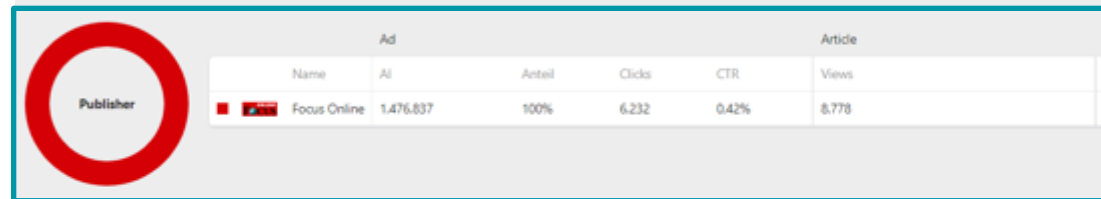
DAS REPORT DASHBOARD

Hier finden Sie alle Ihre Kampagnenwerte noch einmal im Detail

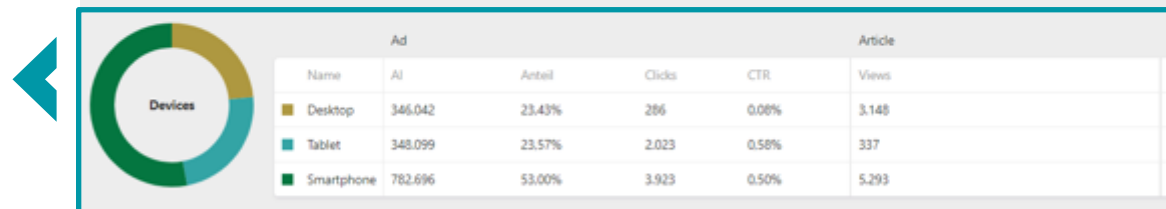
Weiter unten sehen Sie nun die Ad Impressions, Klicks und CTR der einzelnen Native Ads als auch den Anteil an Ad Impressions, den jede Anzeige erhalten hat. Außerdem sehen Sie die Article-Views, die über die Native Ads generiert wurden.



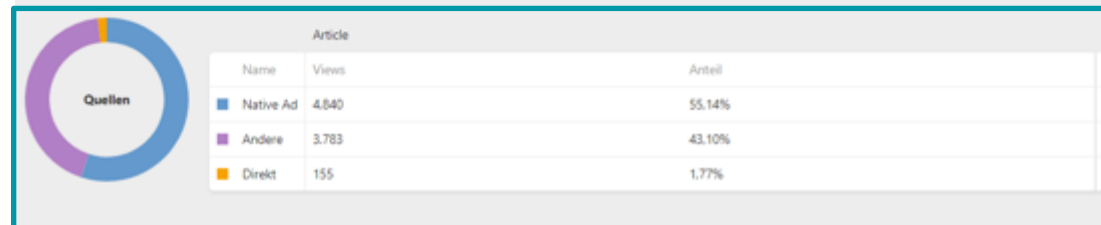
An dieser Stelle sehen Sie über welchen Publisher wie viele Klicks und Views kommen. Vor allem interessant, wenn Sie Ihre Kampagne auf mehr als nur einem Publisher ausgeliefert haben.



Hier können Sie sich einen Überblick über die Devices verschaffen. Sie sehen genau wie viele Impressions und Views über Desktop, Tablet und Smartphone ausgespielt wurden und können diese spannenden Insights für Ihre zukünftigen Kampagnen verwenden.



Um völlige Transparenz zu schaffen, zeigen wir Ihnen außerdem über welche Traffic-Quellen die Views auf Ihrem Artikel zustande kommen. Das sind i.d.R. die eigenen Native Ads, direkte Zugriffe oder können auch externe Traffic-Quellen sein.



TIPPS & TRICKS

TIPPS & TRICKS

Wo kann ich meine (Mail-) Benachrichtigungen verwalten?

Über die Einstellungen „Profil bearbeiten“ kommen Sie auch zu den Benachrichtigungs-Einstellungen. Hier können Sie auswählen, bei welchen Aktionen Sie über eine Nachricht auf der Kampagnenübersichtsseite oder per Mail informiert werden möchten.

An wen kann ich mich wenden, wenn ich Unterstützung bei meiner Kampagne benötige?

Sollten Sie Unterstützung benötigen, wenden Sie sich gerne jederzeit wenden Sie sich bitte über unser Kontaktformular an uns: <https://admanager.conunity.io/service/kontakt>



The screenshot shows the Ad Manager interface with the 'Benachrichtigungen' (Notifications) section open. The top navigation bar includes 'Ad Manager', 'NEUE KAMPAGNE', 'Kampagnen', 'Performance', and 'Rechnungen'. The 'Mittelungen' (Messages) section shows two notifications: 'Ihr Ad "Muster Titel" in der Kampagne "Testkampagne_Max Mustermann" wurde freigegeben.' and 'Ihr Artikel "Muster Headline" in der Kampagne "Testkampagne_Max Mustermann" wurde freigegeben.', both dated 22.4.20 - 10:45. A dropdown menu is open in the top right corner, showing 'Profil bearbeiten' and 'Logout'. The 'Benachrichtigungen' section has a sub-header: 'Sie werden auf der Kampagnenübersicht über Ereignisse informiert, die Ihre Aufmerksamkeit erfordern. Zusätzlich können Sie sich per E-Mail benachrichtigen lassen. Die Benachrichtigung zu wichtigen Ereignissen kann nicht deaktiviert werden.' Below this, there are two columns: 'Nachricht auf Kampagnenübersicht' and 'E-Mail Auslösung'. The 'Team' section has checkboxes for both columns. The 'Freigabe' section has checkboxes for 'Ad wurde abgelehnt', 'Artikel wurde abgelehnt', 'Ad wurde freigegeben', and 'Artikel wurde freigegeben'. The 'Kampagnensteuerung' section has checkboxes for 'Kampagne gestartet', 'Kampagne konnte nicht gestartet werden', and '50% des Kampagnenbudgets erreicht'. The 'Zahlung' section has checkboxes for 'Zahlungseinzug nicht möglich', 'Rechnung wurde importiert', and 'Administration' (which has a sub-section with checkboxes for 'Ad wartet auf Freigabe', 'Artikel wartet auf Freigabe', 'Neuer Kommentar von einem User', 'Kreditkarteneinzug fehlgeschlagen', and 'Registrierung eines neuen Teams'). A green 'SPEICHERN' button is at the bottom.

SPECS

NATIVE ADS &

NATIVE ARTICLE

SPECS NATIVE ADS

| Key | Beschreibung | Erforderlich | Spezifikation |
|-----------------------|---|----------------------|--|
| Headline | Titel des Ad, üblicherweise eine Klickaufforderung und selbsterklärend | Ja | Max. 80 Zeichen |
| Bild | Ein Bild, das zum Werbeinhalt passt und die Aufmerksamkeit des Nutzers auf sich lenkt | Ja | Min. 1200 x 627 px, Format JPG / PNG / GIF. Keine Logointegration! |
| Ziel-URL | Zielseite, auf der der Nutzer bei Klick auf das Ad landet | Ja | - |
| Text | Ergänzender Text, wird nur bei einigen Ads auf Desktop-Geräten angezeigt. Bedeutet, die Anzeige muss ohne Text verständlich sein. | Ja | Max. 200 Zeichen |
| Logo | Das Markenlogo, das mit dem Ad angezeigt wird | Wird nicht verwendet | - |
| Anzeigenkennzeichnung | Text "Gesponsort von" vor dem Logo | Wird nicht verwendet | - |

SPECS NATIVE ARTICLE

| Key | Beschreibung | Erforderlich | Spezifikation |
|----------------|--|--------------|--|
| Vorzeile | Steht oberhalb der Headline und bietet Ihnen eine zusätzliche Möglichkeit wichtige Keywords unterzubringen. Nutzen Sie die Vorzeile, um das Thema Ihres "Native Articles" zusätzlich einzuordnen und einzugrenzen. | Nein | Max. 30 Zeichen |
| Headline | Erstellen Sie nutzwertige und serviceorientierte Inhalte und verwenden Sie Begriffe, die dem Leser den Nutzen Ihres "Native Articles" aufzeigen, wie z.B. Geheimnisse, Mythen, Fehler, Tipps, Checklisten, Guide-Lines | Ja | Max. 80 Zeichen |
| Aufmacher-Bild | Laden Sie die Bilder in hoher Qualität in den Ad Manager, sie werden automatisch für die Darstellung im Internet angepasst. Credits und Bildunterschriften sind möglich, sowie die Verlinkung von Bildern im Artikel. | Ja | Min. 1200 x 627 px Format JPG / PNG |
| Vorspann | Nutzen Sie den Vorspann für eine Kurzdarstellung Ihres "Native Articles", die den Leser zum Weiterlesen anregt. | Nein | Max. 300 Zeichen |

Nachdem Sie die Pflichtfelder ausgefüllt haben, können Sie dann die gewünschten Module hinzufügen:

- Weitere Absätze
- Bilder & Bilder-Galerien
- Videodateien & YouTube Videos
- Call-to-action Buttons

Die Reihenfolge der einzelnen Module können sie individuell anpassen und jederzeit ändern.