



LEAD ADD-ON

STEP 1

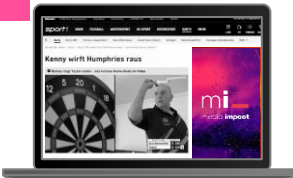


BRAND INSZENIERUNG

Wähle eines unserer zahlreichen Branding-Produkte, wie z.B. eine Brand Story oder Tiefenintegration aus und nutze so die Möglichkeit, den Usern dein Produkt und/oder besondere Angebote näher zu bringen.

Bereits während der Branding Inszenierung werden wertvolle User-Daten gesammelt, die zur späteren Lead-Optimierung genutzt werden.

STEP 2



DISPLAY ROP MEDIA IMPACT

oder



NATIVE ROP MEDIA IMPACT

oder



SOCIAL MEDIA



IHRE LANDING PAGE

#LEAD

WIR GENERIEREN MESSBARE LEADS!

- Wir entwickeln ein individuelles Gesamtkonzept passend zu deinen Kampagnenzielen, bestehend aus einer Branding Maßnahme im Premium Portfolio von Media Impact und einem Lead Add-On zur Erreichung deiner Ziel-KPI.
- Die Leadgenerierung erfolgt über Display oder Native Werbemittel im Media Impact Portfolio oder über Social Media Ads, die mit deiner Absenderschaft auf den gewünschten Plattformen ausgespielt werden.
- Für dein gewünschtes Ziel-KPI erstellen wir dir vorab einen Forecast¹.
- Um eine optimale Kampagnenperformance zu gewährleisten, ist eine Pixelintegration auf deiner Website zwingend notwendig. Die Erstellung passender und performanter Werbemittel kann optional dazu gebucht werden².

PAKET	BEISPIEL-LEADS	CPL ⁴	PREIS
Lead Add-On + Branding Komponente ³ Mindestlaufzeit: 4 Wochen Pixelintegration notwendig	2nd Qualified Klick	Ab 1,80€	Ab 20.000€ N2 (fixes Mediabudget)
	Konfigurator Start	Ab 3,50€	
	App Installs	Ab 5,00€	
	Newsletter Anmeldung	Ab 5,00€	
	Informations-/ Versicherungs-/ Angebotsanfrage	Ab 20,00€	
	Probefahrt	Ab 70,00€	
	Reisebuchung	Ab 200,00€	

¹ Der Forecast dient als Richtwert und stellt keine Garantie dar.² Kreationskosten für Werbemittelerstellung: Native: 1.000 € netto, Display: 4.000 € netto, Social: 3.000 € netto.³ Das Angebot muss mindestens zu 50% (N2 Umsatz) aus Brandingprodukten im Media Impact Portfolio bestehen (HomeRun, Brand Story, Tiefenintegration, ROP Buchungen, etc.).⁴ Die hier angegebenen Werte sind Mindest-CPLs und dienen als Richtwert. Der tatsächliche CPL kann je nach Produkt und Ziel-KPI deutlich höher ausfallen.