



Online Solutions Group GmbH

App Marketing mit Google, Facebook und Instagram



ONLINE **SOLUTIONS** GROUP®

Your Link to Success.

MÖGLICHE KANÄLE

GOOGLE

- Universelle App Kampagnen
- Display Werbung
- Retargeting

SOCIAL ADS

- App Install Ads
- Video Werbung
- Retargeting

SONSTIGES

- Advertorials / Native Advertising
- App Store Optimierung (ASO)
- Owned Media (Eigene Website, YouTube Kanal, Newsletter etc.)
- Gastartikel



FUNKTIONSWEISE

GRUNDLAGEN

- Text, Startgebot und Budget angeben
- Sprachen und Regionen für Ihre Anzeigen wählen
- Anhand Ihrer Anzeigentexte und der Inhalte aus Ihrem Store-Eintrag werden von Google verschiedene Anzeigen in mehreren Formaten und Werbenetzwerken erstellt und verschiedene Kombinationen automatisch getestet.

ANZEIGEN

- Vier unabhängige Textzeilen eingeben (können in beliebiger Reihenfolge erscheinen)
- Maximal 25 Zeichen pro Idee
- Es können bis zu 20 weitere Elemente hinzugefügt werden: Video, Bild, HTML5

GEBOTE

- Ausrichtung und Gebotseinstellung sind automatisiert.
- Sie können die Kampagne nach die von Ihnen definierten Zielen optimieren lassen – z.B. In-App-Conversions.

VORAUSSETZUNGEN



CONVERSION-TRACKING MÖGLICHKEITEN:

- **Google Analytics für Firebase**
- Server-zu-Server-Tracking
- App-Analysen von Drittanbietern
- Conversion-Tracking ohne Code mit Google Play (nur Android)

FUNKTIONSWEISE

ZIELE

- Traffic: Nutzer erreichen die die App bereits installiert haben.
- Conversions: Nutzer sollen in der App eine bestimmte Handlung vornehmen.
- App-Installationen: Installationen steigern.

ANZEIGEN

- Anzeige im Werbeanzeigenmanager erstellen
- Video Ad
- Carousel Ad
- Bildanzeige
- Webseitenlinks und Text hinzufügen.

ZIELGRUPPEN

- Targeting-Einstellungen und mobilen Plattformen auswählen.
- Klassisches Targeting
- Lookalike Audience
- Custom Audience (Personen die die App verwenden in Kombination mit bestimmten Events)

VORAUSSETZUNGEN



CONVERSION-TRACKING MÖGLICHKEITEN:

- Facebook SDK
- App Events (z.B. App-interne Käufe)

BEISPIEL ERGEBNISSE

Kanäle und unterschiedliche
Anzeigenvarianten sollten zu Beginn
getestet werden.

Im zweiten Schritt können Budgets in die
besser performenden Kampagnen
übertragen werden.

Kunde	Tool App / Google	Fitness App / Facebook	Differenz
Zeitraum	30 Tage	30 Tage	
Klicks	1.828	2.193	20%
Impr.	130.745	638.443	388%
CTR	1,40%	0,34%	-75%
CPC	0,08 €	1,00 €	1116%
CPM	1,15 €	3,44 €	199%
Kosten	150,48 €	2.195,30 €	1359%
Downloads	133	2.193	1549%
Kosten/Downl.	1,13 €	1,00 €	-12%

THANK YOU!

for your time

