ADSERVER

Checkliste Adserver-Kampagne anlegen

Vor dem Start einer Buchung im Adserver abhaken. So vermeiden Sie Unterlieferung und Überraschungen.

Buchung und Priorität

- [ ] Buchungsvolumen, Laufzeit und Preis (eCPM oder Festpreis) mit dem Vertrag abgeglichen
- [ ] Priorität passt zur Zusage: Sponsoring vor Standard vor Füllmaterial
- [ ] Bei gleicher Priorität: Gewichtung bewusst gesetzt
- [ ] Verfügbares Inventar per Forecast geprüft, Überbuchung ausgeschlossen oder bewusst gewählt

Targeting

- [ ] Gerät, Region, Tageszeit und Platzierung gesetzt
- [ ] Targeting nicht enger als nötig, passende Aufrufe reichen für das Volumen
- [ ] Ausschlüsse (Seiten, Kategorien, Wettbewerber) hinterlegt

Auslieferung und Frequenz

- [ ] Gleichmäßige oder schnellstmögliche Auslieferung bewusst gewählt
- [ ] Frequency Cap pro Nutzer gesetzt und mit der Reichweite abgeglichen
- [ ] Start- und Enddatum sowie Zeitzone geprüft

Werbemittel und Tracking

- [ ] Formate und Größen entsprechen den Platzierungen
- [ ] Klick-URL und Tracking-Parameter getestet
- [ ] Drittanbieter-Pixel und Viewability-Messung eingebunden
- [ ] Freigaben von Kunde und Recht liegen vor

Start und Kontrolle

- [ ] Erste Auslieferung innerhalb von 24 Stunden geprüft
- [ ] Auslieferung gegen Soll-Verlauf nach drei Tagen verglichen
- [ ] Bei Unterlieferung Ursache geprüft: Priorität, Targeting, Cap, Inventar
- [ ] Reporting-Rhythmus und Ansprechpartner festgelegt