PROGRAMMATIC UND CTV

Checkliste Kampagnen-Setup

Vor dem Start einer Kampagne alles abhaken. Abgleichen mit Briefing und Insertion Order.

Ziel und Messung

- [ ] Hauptziel und Hauptkennzahl festgelegt (z. B. Reichweite, Completion, CPA, ROAS)
- [ ] Zielwerte schriftlich vereinbart (Ziel-CPA, Viewability, Frequenz)
- [ ] Tracking und Conversion-Events getestet, auch mit Test-Kauf oder Test-Lead
- [ ] Consent-Banner blockiert keine Tags
- [ ] Attributionsfenster und Messanbieter abgestimmt

Budget und Flight

- [ ] Gesamtbudget, Flight-Start und Flight-Ende im DSP korrekt
- [ ] Tagesbudgets je Line Item gesetzt und mit dem Soll-Verlauf abgeglichen
- [ ] Budgetaufteilung zwischen Kanälen (CTV, Online-Video, Display) dokumentiert
- [ ] Pacing-Einstellung gewählt (gleichmäßig oder schnellstmöglich)

Zielgruppe und Targeting

- [ ] Zielgruppen und Ausschlüsse geprüft
- [ ] Geografie, Sprache und Tageszeiten gesetzt
- [ ] Gerätearten festgelegt (z. B. Smart-TV, Mobile, Desktop, Spielkonsole)
- [ ] Frequency Cap je Kampagne oder Line Item gesetzt und dokumentiert

Inventar und Qualität

- [ ] Brand-Safety-Einstellungen und Blocklisten hinterlegt
- [ ] Verifizierung und Viewability-Messung aktiv
- [ ] Deal-IDs oder Inventarlisten geprüft und freigegeben
- [ ] Floor Prices und Gebotsstrategie plausibel

Werbemittel

- [ ] Formate, Längen und Dateigrößen entsprechen den Vorgaben
- [ ] Landingpage-URLs und Tracking-Parameter getestet
- [ ] Freigaben von Kunde und Recht liegen vor
- [ ] Mehrere Varianten für Tests vorbereitet

Start und Kontrolle

- [ ] Erste Auslieferung innerhalb von 24 Stunden geprüft
- [ ] Alarme oder Regeln für Pacing und Kosten eingerichtet
- [ ] Ansprechpartner und Reporting-Rhythmus festgelegt