PROGRAMMATIC UND CTV

Wochen-Check für laufende Kampagnen

Fester Ablauf für die wöchentliche Kontrolle. Dauert pro Kampagne etwa 15 Minuten.

1. Budget und Pacing

- [ ] Ausgaben bis heute mit Soll-Verlauf verglichen
- [ ] Abweichung über 10 bis 15 %: Tagesbudget oder Gebot angepasst
- [ ] Verbleibendes Budget geteilt durch verbleibende Tage gerechnet

2. Kosten und Ergebnisse

- [ ] CPM, CPA und ROAS je Line Item mit Ziel verglichen
- [ ] Line Items mit Kosten ohne Conversion markiert
- [ ] Auffällige Kostensprünge einzelner Tage geprüft
- [ ] Budget von schwachen auf starke Line Items verschoben

3. Tracking

- [ ] Conversions der letzten sieben Tage mit Vorwoche verglichen
- [ ] Adserver-Zahlen mit Shop oder CRM abgeglichen
- [ ] Änderungen an Website oder Consent der letzten Woche erfragt

4. Qualität

- [ ] Viewability je Line Item und Gerät geprüft
- [ ] Video-Completion-Rate geprüft
- [ ] Schwache Domains, Apps oder Placements ausgeschlossen

5. Frequenz und Werbemittel

- [ ] Durchschnittsfrequenz je Zielgruppe geprüft, Cap bei Bedarf angepasst
- [ ] Creatives mit sinkender CTR oder Completion ausgetauscht
- [ ] Neue Varianten zum Testen eingeplant

6. Abschluss

- [ ] Maßnahmen notiert, Datum und Verantwortliche eingetragen
- [ ] Kurzer Statusbericht an das Team oder den Kunden versendet