

Core **ABCDs** – Zusammenfassung

 YouTube Advertising

Gute Anzeigen beruhen auf den Core ABCD-Prinzipien:

A

Attention (Aufmerksamkeit)

Dank einer inspirierenden Story Aufmerksamkeit gewinnen und aufrechterhalten

Direkt zur Sache kommen: Kommen Sie schneller zum Kern der Story und nutzen Sie eine ansprechende Taktung und enge Bildausschnitte, um das Publikum zu fesseln.

Die Story mit Audio und Supers untermauern: Verstärken Sie Ihre Botschaft mit Audio und Text. Vermeiden Sie konkurrierende Elemente.

Helle und kontrastreiche Bilder verwenden: Sorgen Sie für eine optimale Darstellung von Bildern auf allen Gerätetypen.



B

Branding (Markenführung)

Branding früh, oft und umfassend einsetzen

Früh und durchgehend Präsenz zeigen: Stellen Sie Ihre Marke oder Ihr Produkt gleich zu Beginn vor und verweisen Sie immer wieder darauf.

Audio nutzen: Wenn die Marke nicht nur zu sehen ist, sondern auch genannt wird, ist der Effekt größer.

Alle Marken-Assets einsetzen: Nutzen Sie die ganze Palette von Markenelementen, die Ihre Botschaft und Ihr Ziel unterstreichen.



C

Connection (Verbindung)

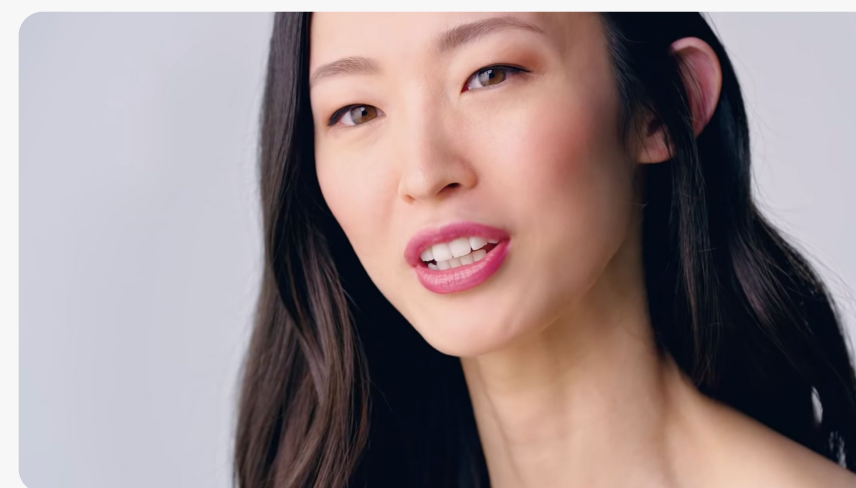
Menschen zum Denken oder Fühlen animieren

Bei der Story auf den menschlichen Faktor setzen:

Durch Einbeziehen von Personen können Sie eine bessere Produktstory erzählen und Bezug zu Ihren potenziellen Kundinnen und Kunden herstellen.

Fokus auf die Botschaft legen: Machen Sie nicht zu viel in Ihrer Anzeige. Halten Sie Botschaft und Sprache fokussiert und einfach.

Ansprechen: Nutzen Sie emotionale Aspekte und Storytelling Techniken wie Humor, Überraschung und Faszination.



D

Direction (Aufforderung)

Kundinnen und Kunden zum Handeln auffordern

CTA einbinden: Fügen Sie einen zielgerichteten CTA ein. Sagen Sie, was die Zuschauerinnen und Zuschauer tun sollen.

CTAs mit Audio verstärken: Untermauern Sie Ihren CTA auf dem Bildschirm mit einem Voiceover, um deutlich auf den nächsten Schritt hinzuweisen.

