



LÖSUNGEN

Erfolg von Werbung in Facebook, Instagram, TikTok & Co messen  
**INNOFACT In-App-Ad-Analytics**

Über zwei Drittel der digitalen Werbung wird über mobile Geräte ausgespielt. Vor allem Werbeanzeigen in Social Media Apps wie Facebook, Instagram und TikTok nehmen kontinuierlich an Bedeutung zu.

Mit dem angekündigten Verbot von 3rd-Party-Cookies bei Google wird zudem die digitale Werbewirkungsmessung zunehmend schwieriger. Viele relevante Fragestellungen zur Messung des Werbeerfolges in Social Media Apps lassen sich daher mit den gegebenen Daten nicht beantworten.

Es braucht daher einen neuen Weg, um das gesamte Werbe- und Nutzerverhalten in Social Media Apps unabhängig und auch ohne Cookies zu tracken – vom eigenen Unternehmen aber auch von der Konkurrenz. Hierfür bietet **INNOFACT** gemeinsam mit **Murmuras** das Tool **In-App-Ad-Analytics**.



# Werbewirkung messen trotz Walled Gardens und Wegfall der 3rd-Party-Cookies

Wer, wie oft und in welchem Kontext von welcher Werbung erreicht wird in Social Media Apps, stellt für viele Unternehmen eine „Black Box“ da. Bei der Messung der Performance von Marketing-Maßnahmen stehen Unternehmen daher vor den „Walled Gardens“ und sind letztlich abhängig von den Daten der Plattform-Betreiber. Dieses Problem löst das Tool **In-App-Ad-Analytics**.

## So funktioniert es

Eine oder mehrere Social Media Apps werden definiert (z.B. TikTok, Instagram, Facebook). Nun kann der Werbeerfolg des eigenen Unternehmens im Vergleich zur Konkurrenz analysiert werden. Dabei ist der Vergleich auf Basis von Kampagnen und Keywords in den Werbeanzeigen möglich. Zudem können im Beobachtungszeitraum begleitende Befragungen an die Nutzenden der Apps ausgespielt werden.

Folgende KPIs/Attribute werden dabei nach Zielgruppen und Social Media App analysiert:

- Alle Ad-Impressions mit Inhalt, Zeitstempel, Unternehmen/Marke
- Impression-Dauer (Wie viele Sekunden haben die Nutzer die jeweilige Werbung auf dem Bildschirm gesehen?)
- Werbe-Interaktionen (Klicks, Likes, Shares, Kommentare)
- Ort der Werbung in der App (Beispiel Instagram: Feed, Stories oder Reels)
- Nutzungszeiten der App (z.B. nach Tag, Uhrzeit, Zielgruppe)

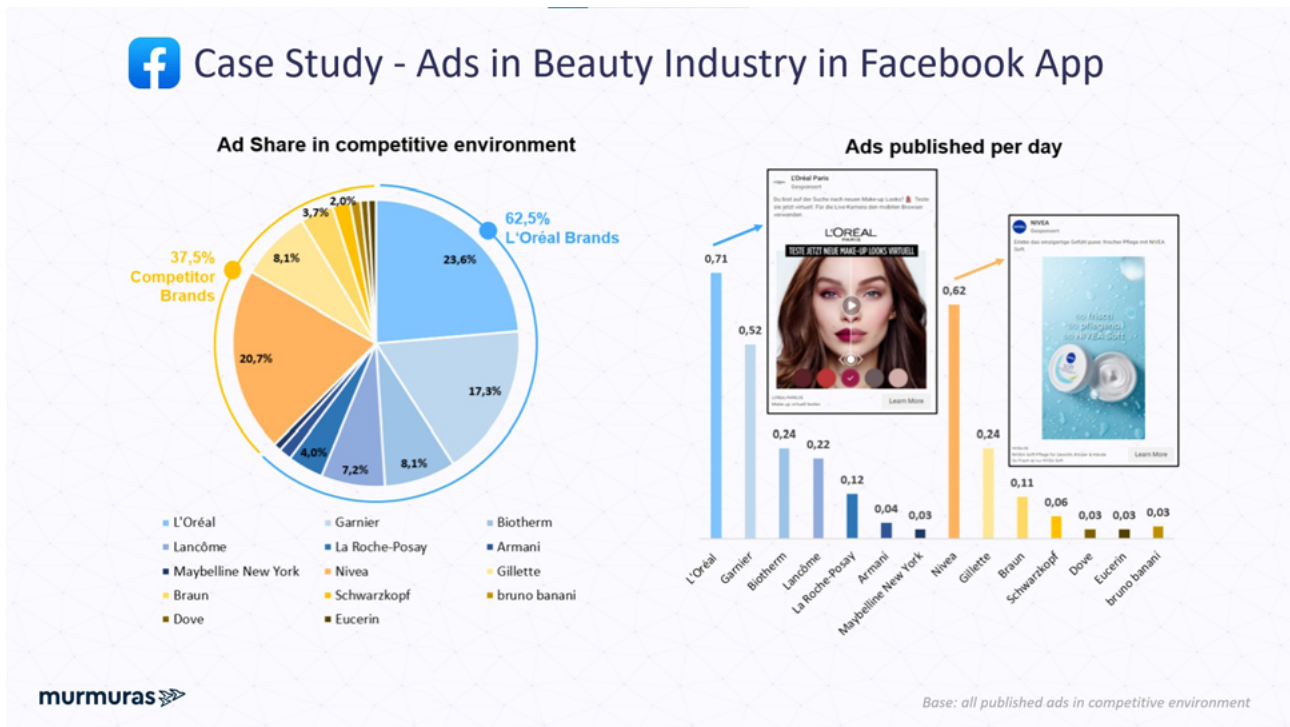
## Diese Fragen werden beantwortet

- Wie häufig werden die eigenen Kampagnen bei den jeweiligen Zielgruppen gesehen (z.B. Impressions in TikTok, Instagram)? Mit welchen Kampagnen werben die konkurrierenden Unternehmen?
- Wie lange wird die eigene Werbung in den jeweiligen Social Media Apps angesehen? Sind die Konkurrenten erfolgreicher?
- Mit welchen Werbeanzeigen und welchen Marken interagiert die eigene Zielgruppe am stärksten?
- Wie ist der Werbeerfolg in Bezug auf bestimmte Zielgruppen (Alter und Geschlecht)?
- Wie verhält sich die eigene Zielgruppe in Facebook, Instagram, TikTok & Co (z.B. App-Nutzung nach Dauer, Uhrzeit)?



## Das liefert INNOFACT

- Aufbereitung aller KPIs in einem übersichtlichen Dashboard
- Individuelle passwortgeschützte Zugänge für Marketing- oder Marktforschungsverantwortliche
- Darstellung der KPIs für die eigenen Kanäle sowie der Wettbewerber im Vergleich
- Sehr effizientes Setup, dass Erhebungskosten minimiert und neue Studienansätze ermöglicht sowie die Kombination mit anderen Methoden erlaubt
- Möglichkeit der Befragung während des Beobachtungszeitraums, um weitere Motive des Nutzungsverhaltens zu untersuchen
- Messung der normalen Mediennutzung unter realen Bedingungen ohne Laborsituation



Das Tool In-App-Ad-Analytics macht transparent welche Werbeanteile welcher Wettbewerber in welcher Social Media App hat.