

openx

Der Aufstieg des Header-Bidding

Presenter: Dimo Velev



Agenda

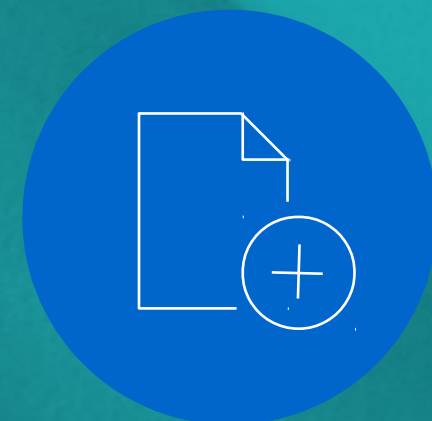


DIE GESCHICHTE DER MONETARISIERUNG
Vom Silo zur Super Auktion.



HEADER BIDDING

So funktioniert Header Bidding.
Das sind die Vorteile.



APPENDIX

Funktionen und Vorteile der Produkte und
Services von OpenX.

Die erste Generation der SSPs

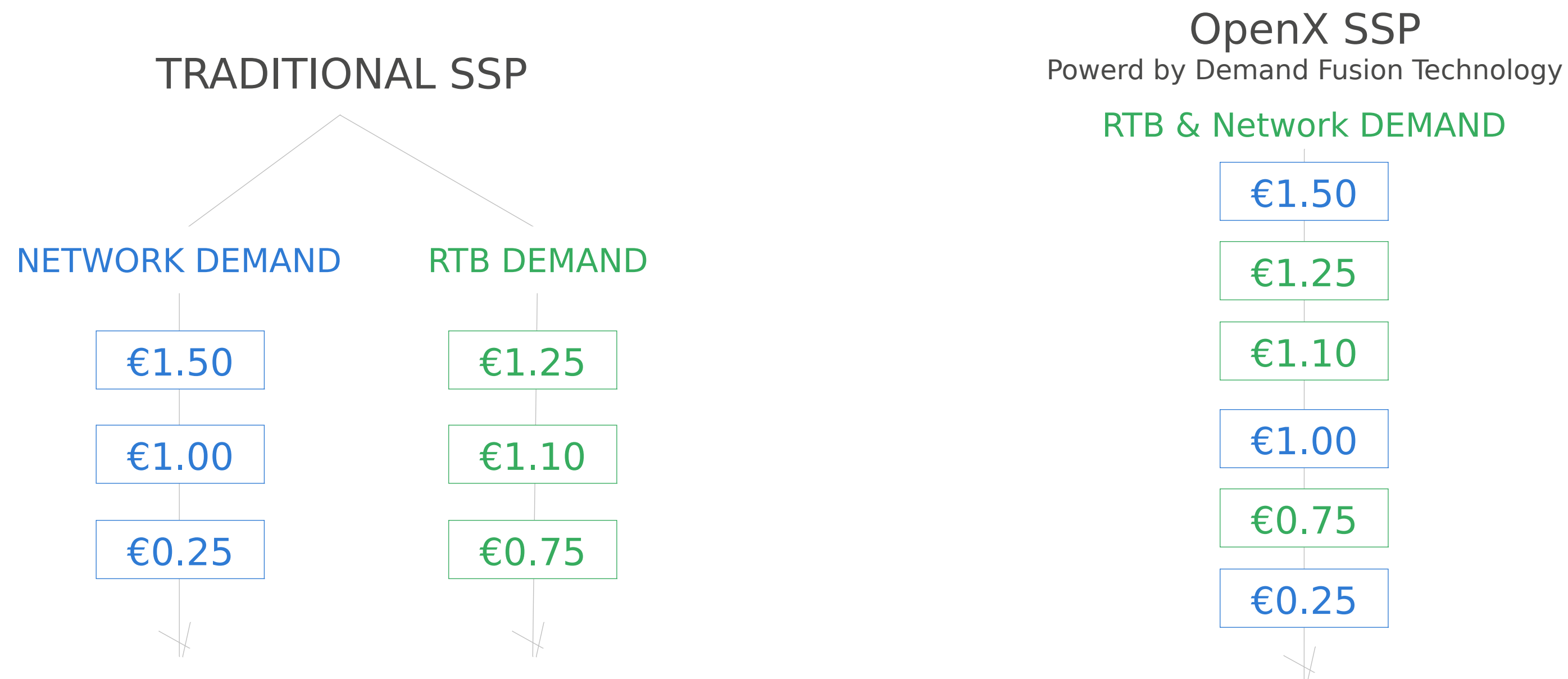
- Um Inventar mehreren Nachfragern anzubieten, müssen für einzelne Impressions verschiedene Ad Server angefragt werden, was zu Diskrepanzen führt.
- Die SSP muss vorab entscheiden, ob eine Impression an ein Werbenetzwerk oder an eine RTB-Quelle geliefert wird. Es können nicht beide Demandquellen simultan angesprochen werden.

LEGACY SSP

	NETWORK DEMAND		RTB DEMAND	
Network A	€1.20		€1.20	DSP A
Network B	€1.10		€1.10	DSP B
Network C	€0.65		€0.65	DSP C

Herkömmliche SSPs haben eine Entweder-oder-Strategie. Wenn eine Impression an ein Werbenetzwerk ausgeliefert wird und dieses keine Anzeige ausliefert, ist es nicht möglich, sich in einem zweiten Schritt an einen RTB-Nachfrager zu wenden.

Herkömmliche vs Moderne SSP



Herkömmliche SSPs, die entwickelt wurden bevor RTB den Markt eroberte, haben grundsätzliche Mängel, wenn es um die Preisfindung geht. Denn diese sind gezwungen sich zu entscheiden, eine Impression an ein Netzwerk oder an eine RTB-Anfrage zu geben, bevor diese abgeschickt wird. Beide Kanäle können nicht parallel angefragt werden. Wenn beispielsweise ein Ad Network keine Anzeige ausliefert, kann auf das Gebot der RTB-Seite nicht mehr zurückgegriffen werden. Das heißt, eine Impression wird dahin gegeben, wo die Annahme besteht, dass der bessere Preis erzielt werden kann. Solche Annahmen bilden allerdings nicht die komplette Nachfrage ab und führen somit zwangsläufig zu verpassten Einnahmen für den Publisher. Die OpenX SSP kombiniert alle Nachfragekanäle gleichzeitig, punktgenau und effizient.

Header Bidding

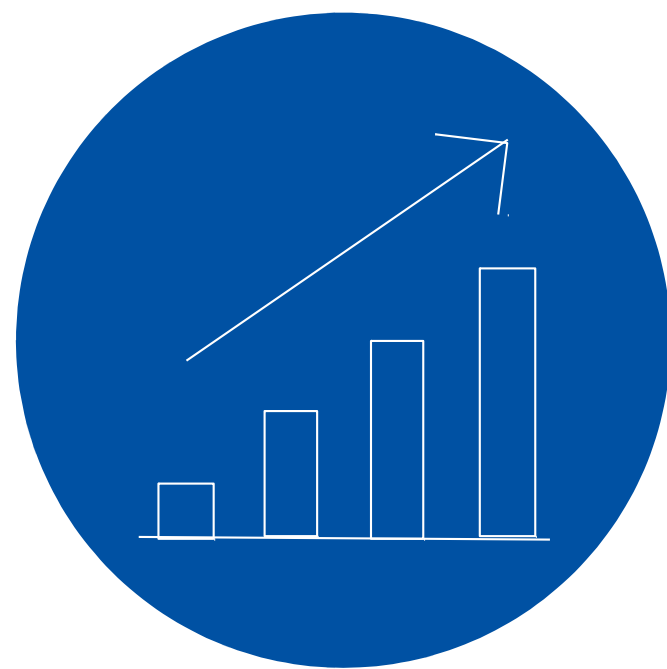
Was ist Header Bidding?



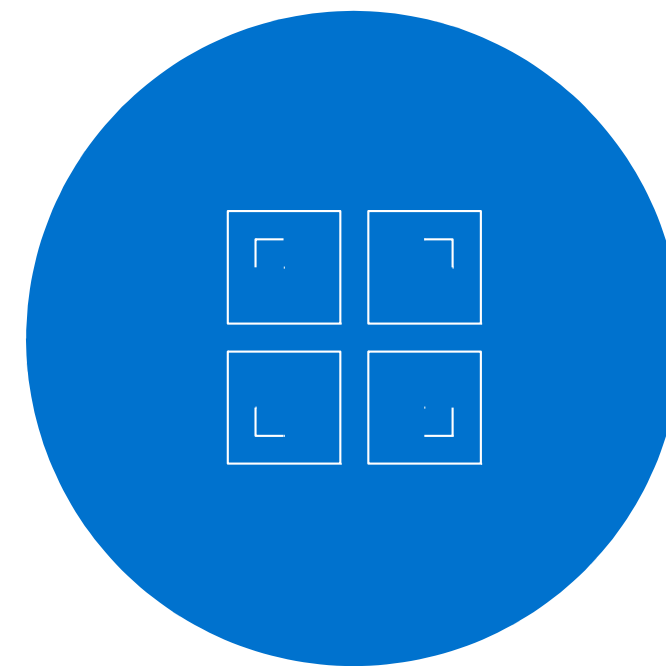
Header Bidding ist ein **Monetarisierungstool**, das jede Impression an programmatische Nachfragequellen sendet, noch bevor eine Anfrage an einen Ad Server gestartet wird. Dadurch können Publisher den realen Wert ihres Inventars in Echtzeit bemessen und realisieren

Vorteile von Header Bidding

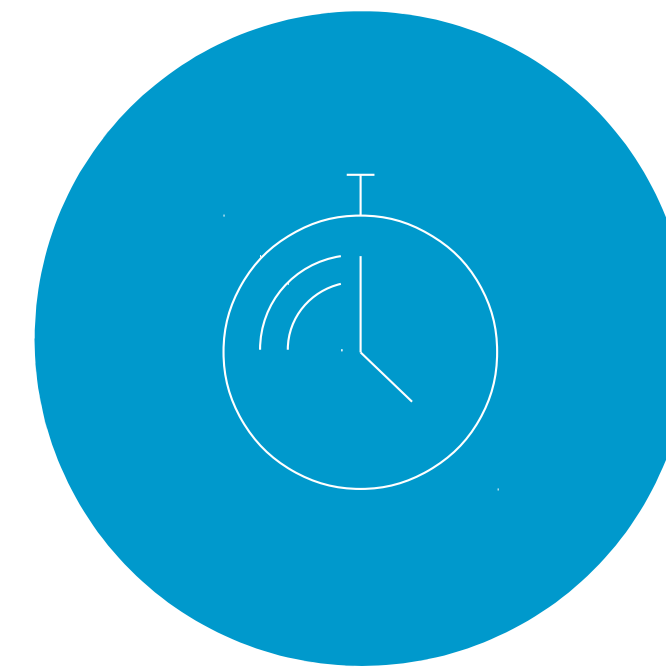
Erhöhte Performance und Monetarisierung, indem das Umfeld für Auktionen vereinfacht und gleichzeitig die Leistungen von Real Time Marktplätzen vorteilhaft genutzt werden. Der Wettbewerb wird verschärft und die dynamische Preisgestaltung für jede Impression genutzt, bevor eine Anfrage an den Ad Server gestartet wird.



Steigerung des Wettbewerbs und Umsatzes



Unterstützung unterschiedlicher Nachfrageseiten



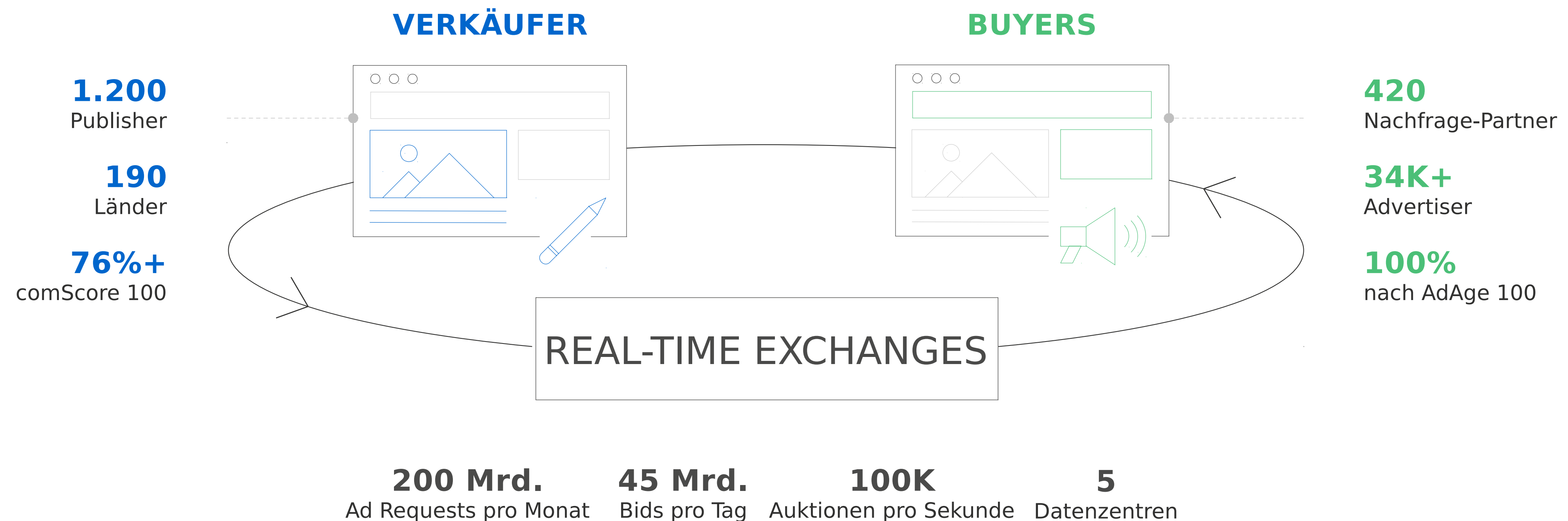
Verringert Rücksendungen und reduziert Ladezeiten



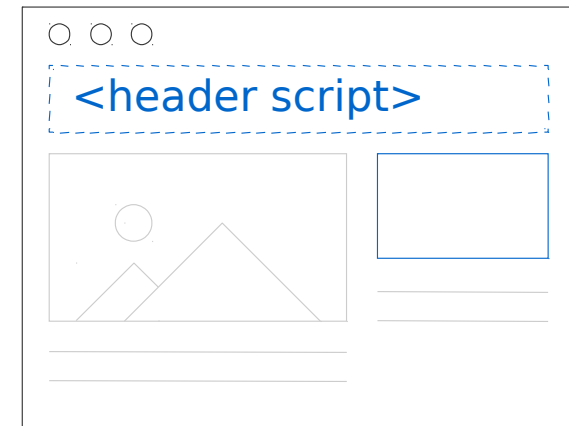
Nutzt robuste Datensets

Die Power von Real-Time Exchanges

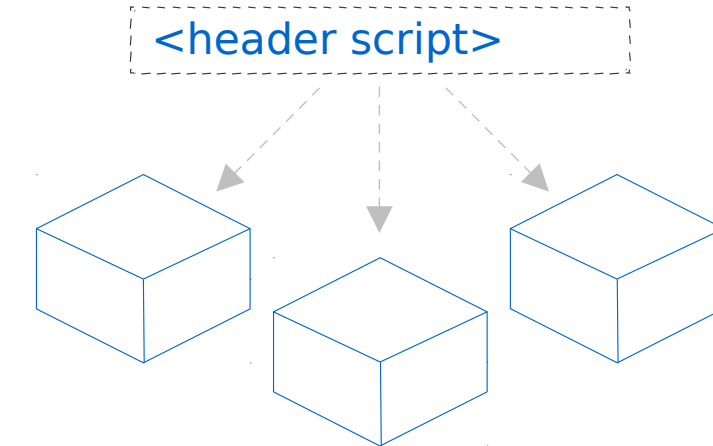
Der Erfolg von Exchanges beruht auf Skalierbarkeit und Qualität, die sich direkt im Markenwert für die Werbungtreibenden und höheren Umsätzen für die Publisher niederschlagen.



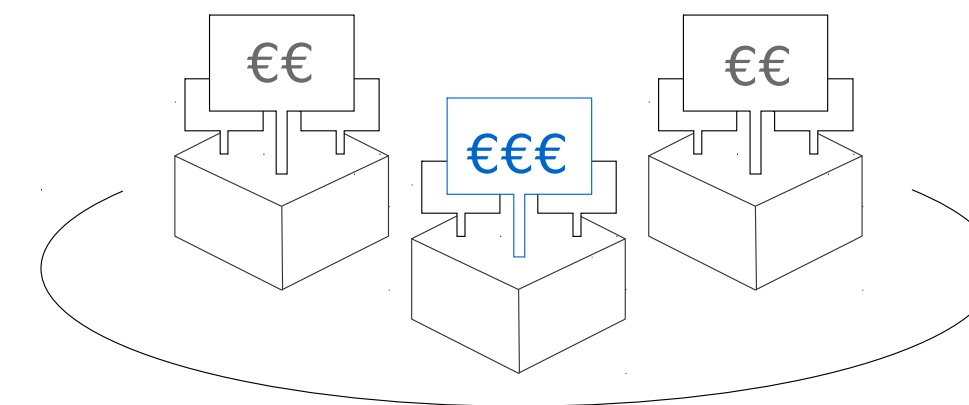
So funktioniert der Bidder



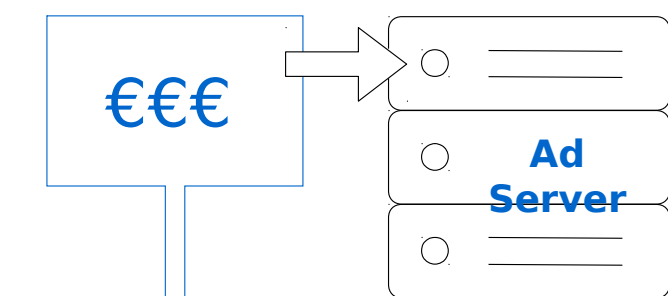
01 User besucht Webseite mit implementiertem OpenX Bidder



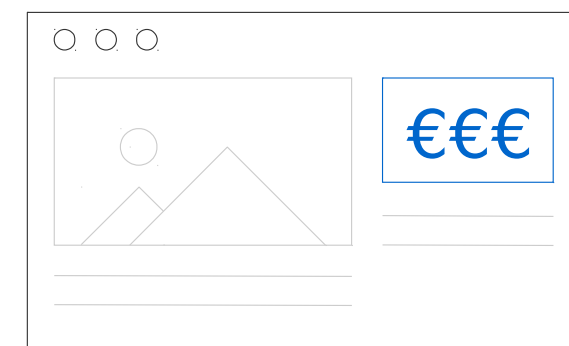
02 Das Bidder Script schickt Ad Requests an die OpenX Ad Exchange, um den Wert der Impression zu bestimmen



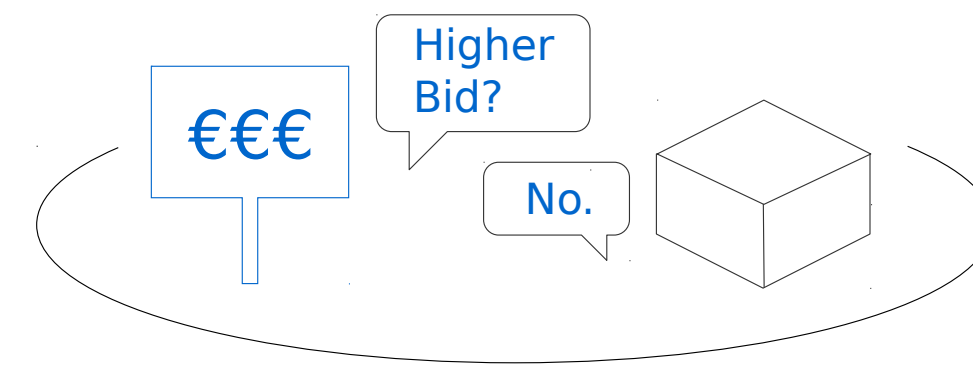
03 Mehrere DSPs, die Tausende von Anzeigenkäufern vereinen, bieten parallel auf die Impression



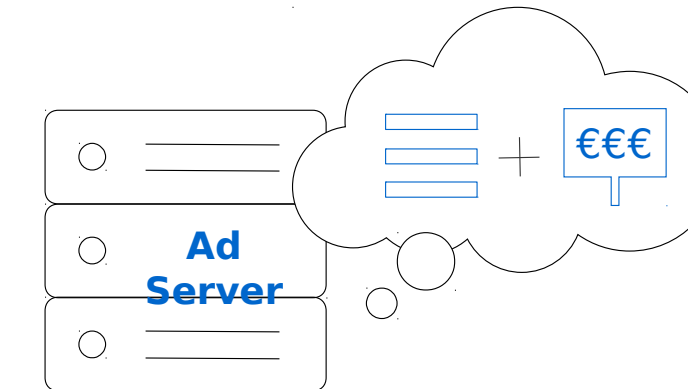
04 Das höchste Gebot wird in die Ad Request eingebunden und an den Ad Server des Publishers geschickt



07 Der höchste Preis bekommt den Zuschlag und die Anzeige wird ausgeliefert



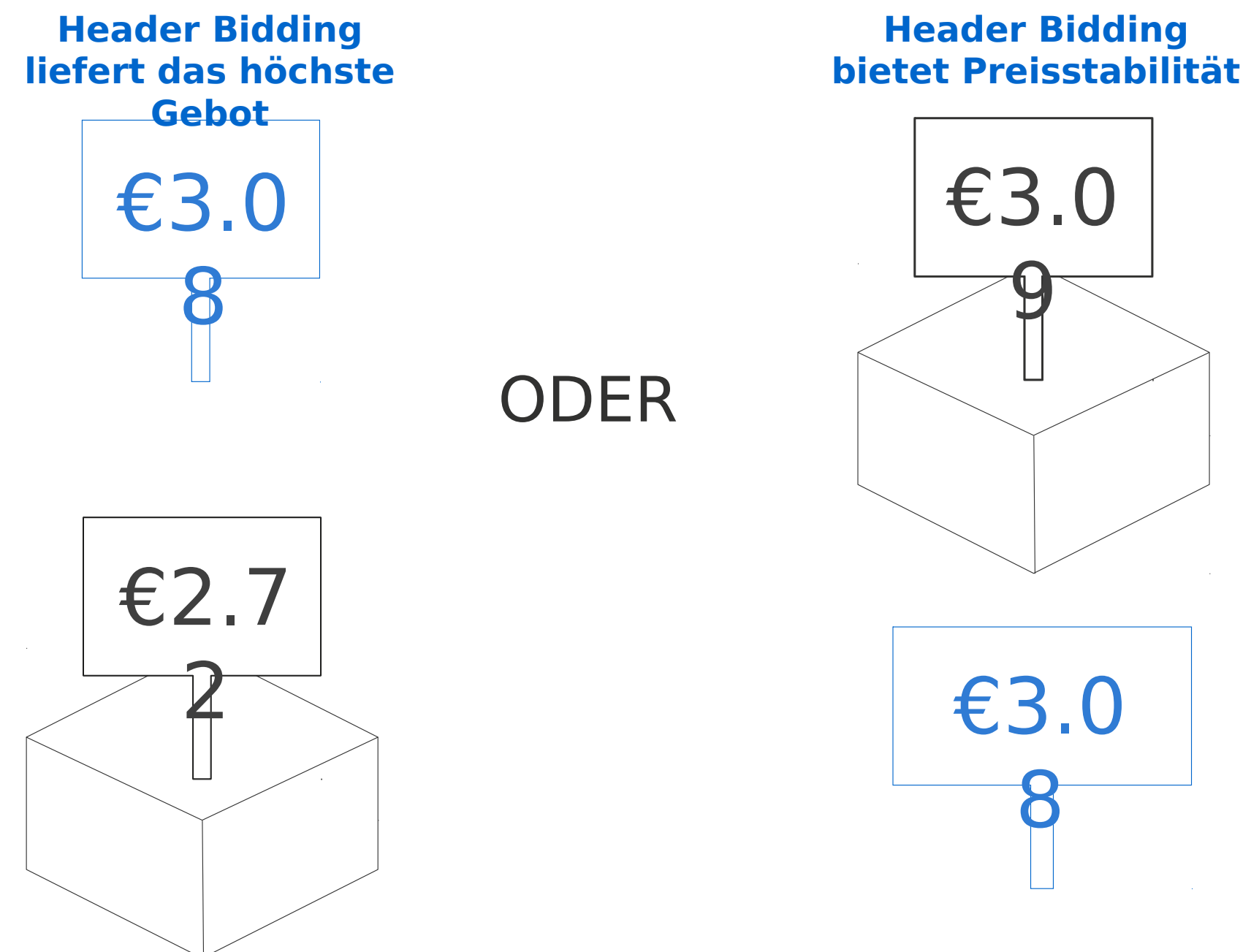
06 Der Ad Server gleicht den höchsten in Frage kommenden TKP mit seiner Ad Exchange ab, um zu sehen, ob der Preis noch überboten werden kann



05 Im Ad Server sind diverse Kampagnen angelegt, die für diesen Ad Request passen könnten, inklusive des Gebotes des OpenX Bidders

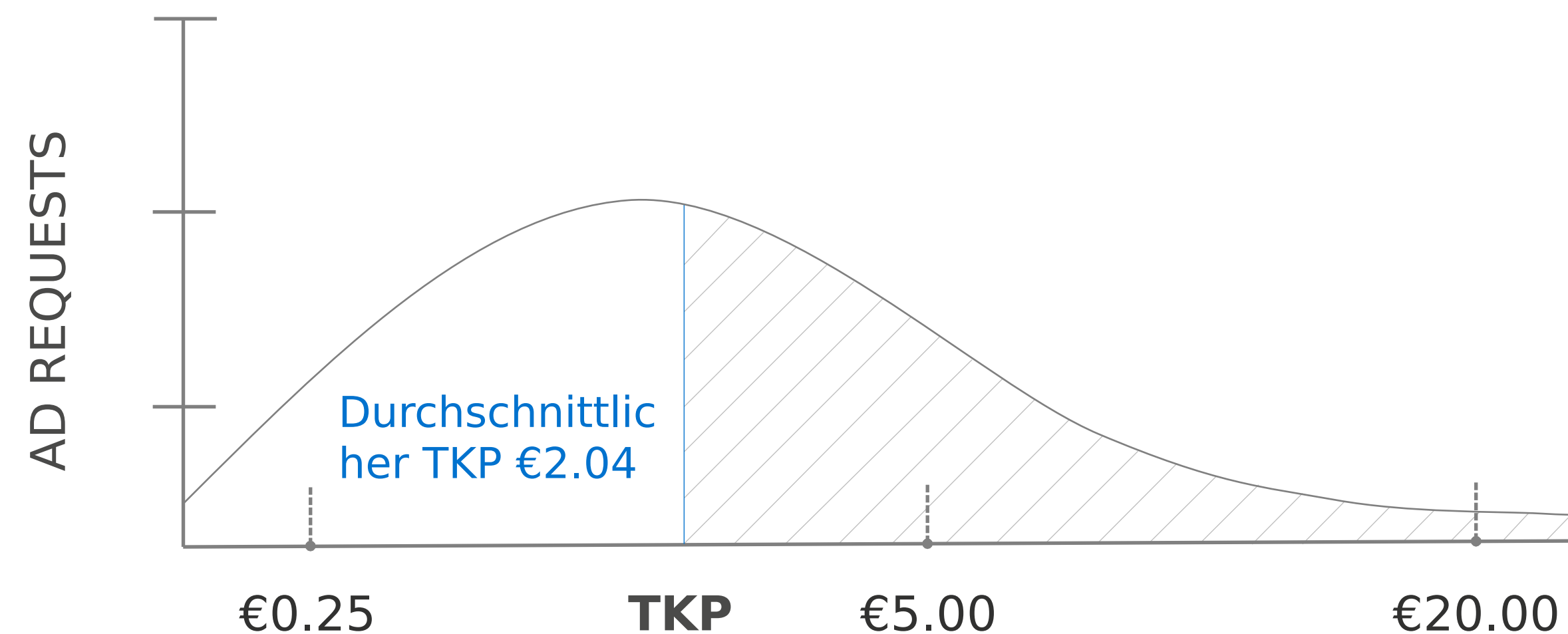
Warum der Bidder von Bedeutung ist

Der Bidder stellt eine Win-Win Situation für Publisher dar. Sollte der Bidder nicht das höchste Gebot liefern, profitiert der Publisher immer noch von der Preisstützung, die die Bidding Engine an den Ad Server gibt.



Neue Grundlagen für die Entscheidungsfindung

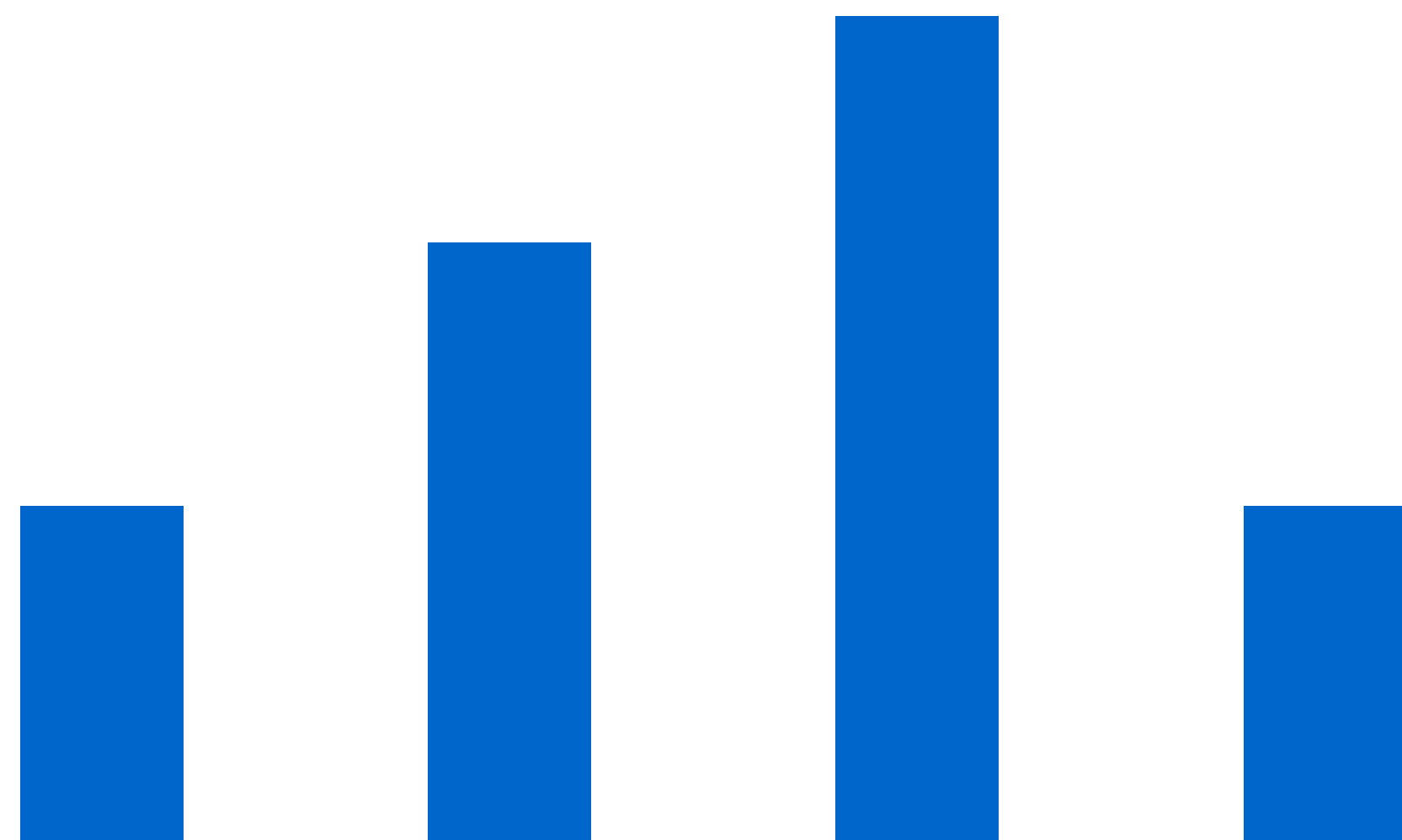
Real-Time Bidding bietet eine breite Auswahl von Geboten, wobei ein Ad Server jedoch oftmals Entscheidungen auf der Basis von Durchschnitts-TKPs trifft. Header Bidding vermeidet somit verpasste Chancen.



Höherer Win-Rate, TKP & Umsatz durch erhöhte Priorität

Performancevergleich Header Bidder:
niedrigere Priorität (zu Beginn) vs. höhere
Priorität

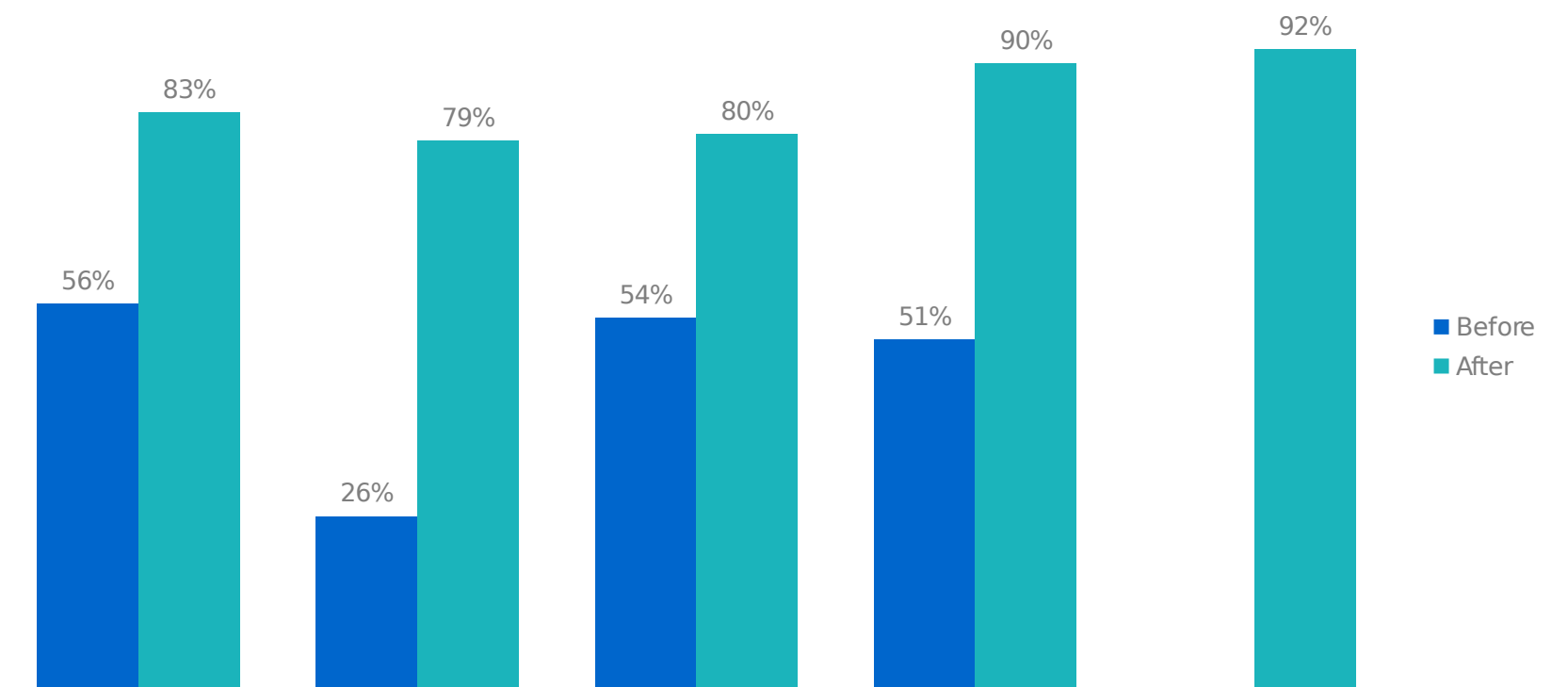
UMSATZSTEIGERUNG FÜR
PUBLISHER



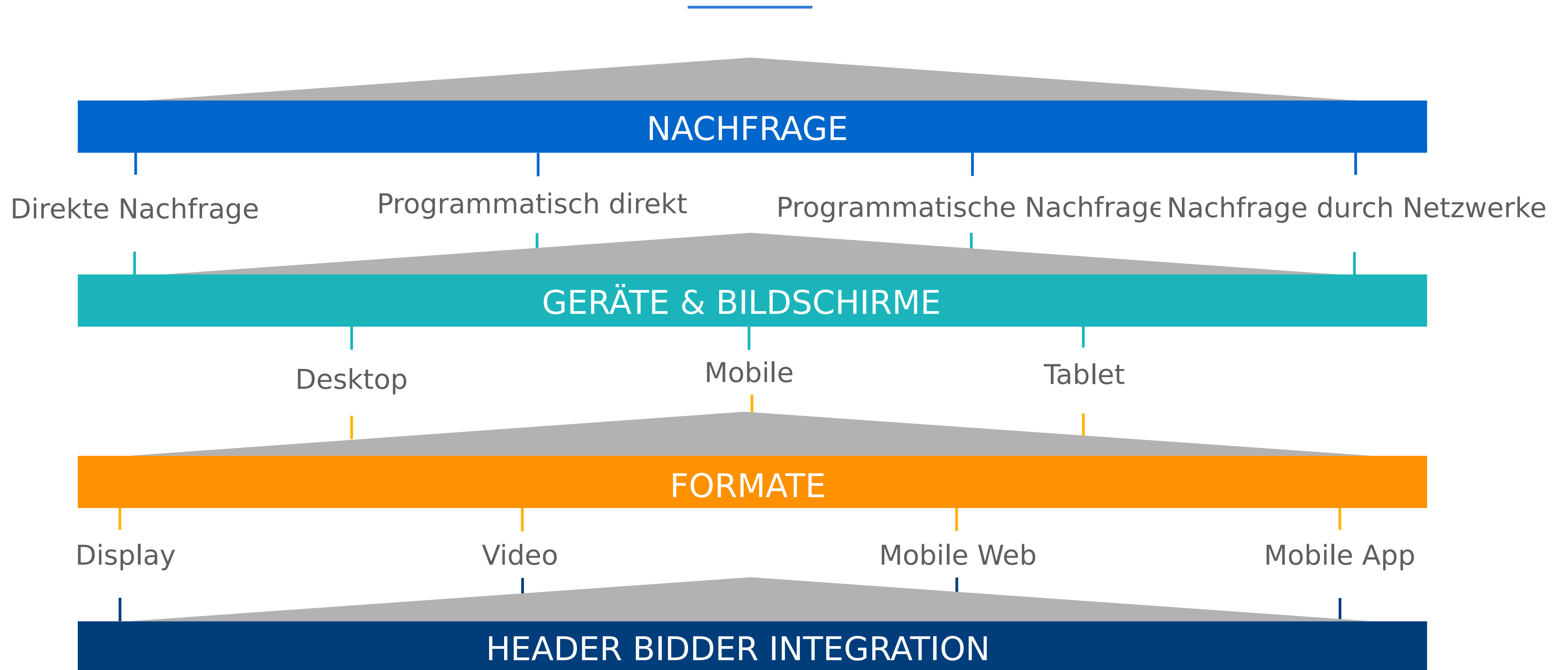
DURCHSCHNITTLICHER TKP FÜR PUBLISHER



OPENX BIDDER
GEWINNRATE



Flexibilität über alle Kanäle, Formate und Bildschirme hinweg



„Die Ergebnisse, die wir im hohen
Preissegment
erzielt haben, waren fabelhaft.“

Serhan Günes - Head of Advertising and Partnerships



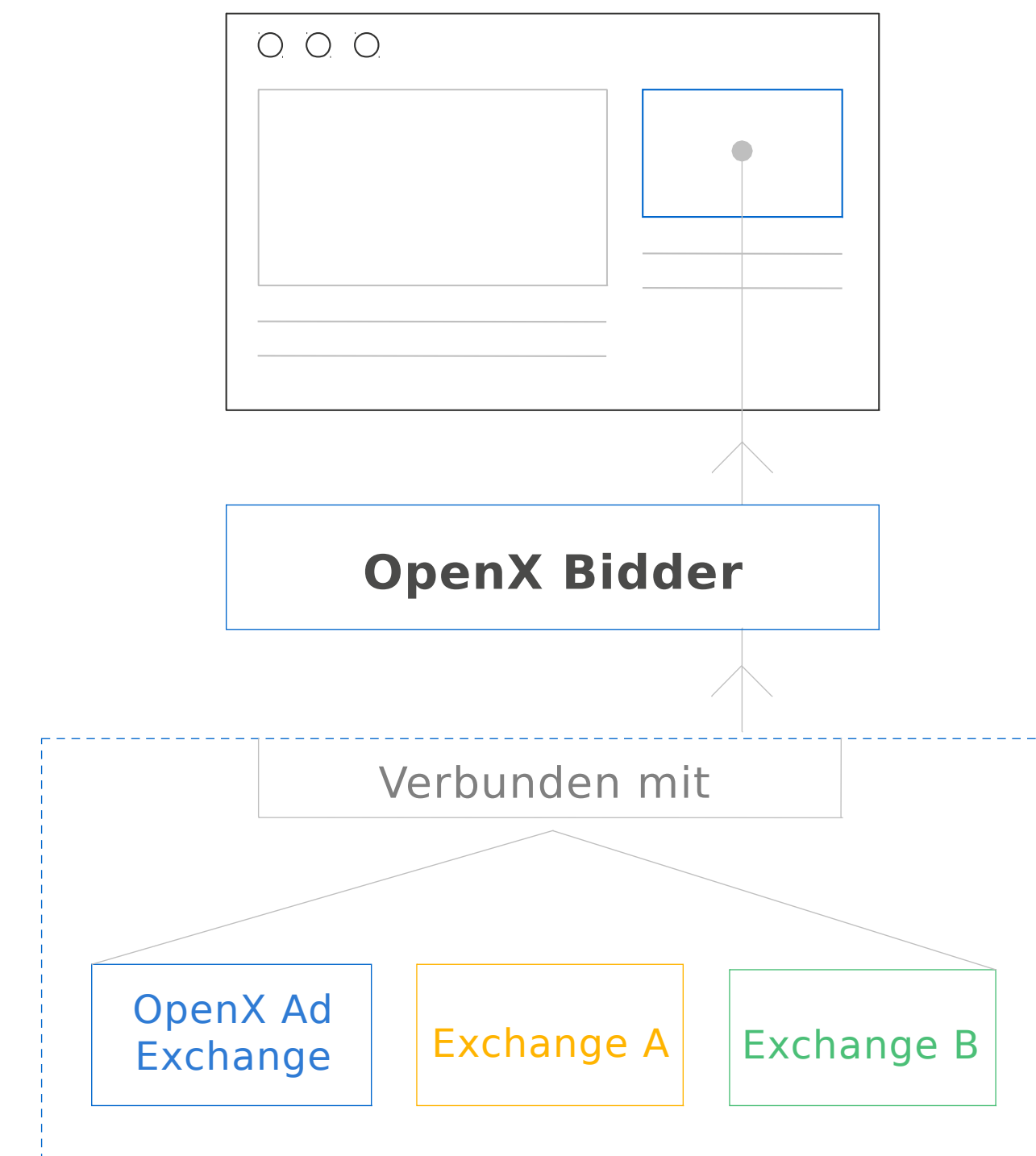
Weitere Aspekte, die man nicht vergessen sollte

Integration mehrerer Nachfrageseiten

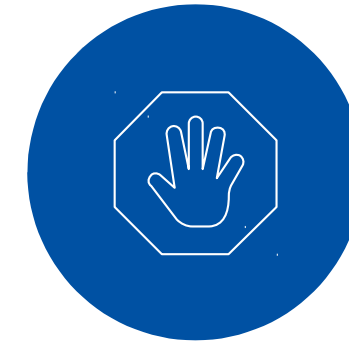
Empfehlungen & Best Practice-Beispiele

- Implementierung von sich ergänzenden Nachfragepartnern zur Vermeidung von Dopplungen.
- Keine Zusammenarbeit mit zu vielen Partnern, wodurch es zu Problemen im operativem Geschäft kommen könnte.*
- Nutzung von Publisher-fokussierten AdTech - Lösungen.
- Service und Support durch Dienstleister muss sichergestellt sein.

* Empirische Daten legen den Rückschluss nahe, dass eine Zusammenarbeit mit zu vielen Partnern zu geringeren Gewinn führt.



Konsequente & proaktive Anzeigenqualität



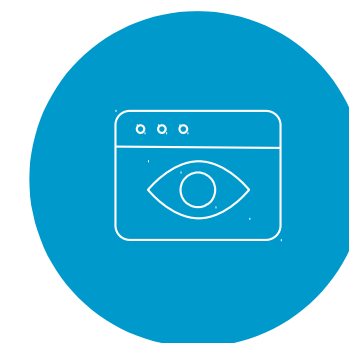
Präventivmaßnahmen

Ad Exchanges müssen über Experten für Werbequalität verfügen, die alle Nachfragepartner prüfen und die Werbemittel nach rigiden Kriterien bewerten.



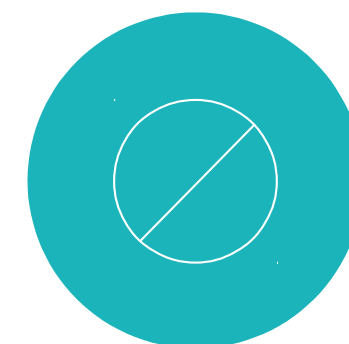
Malware Protection

Ad Exchanges sollten ihre In-house-Kontrolle mit führenden Drittanbietern, wie z.B. The Media Trust, weiter verbessern und Werbemittel durchgehend nach Malware, Auto-Play für Audio und ähnlichem scannen.



Creative Scanner

Erfasst durchgehend alle Werbemittel, die auf dem Inventar ausgespielt werden und speichert alle wichtigen Informationen zu den Werbemitteln.



Creative Review Portal

Ermöglicht unserem Ad Quality Team schnell unerwünschte Anzeigen zu identifizieren und zu blockieren.

Vielen Dank

WEBSITE

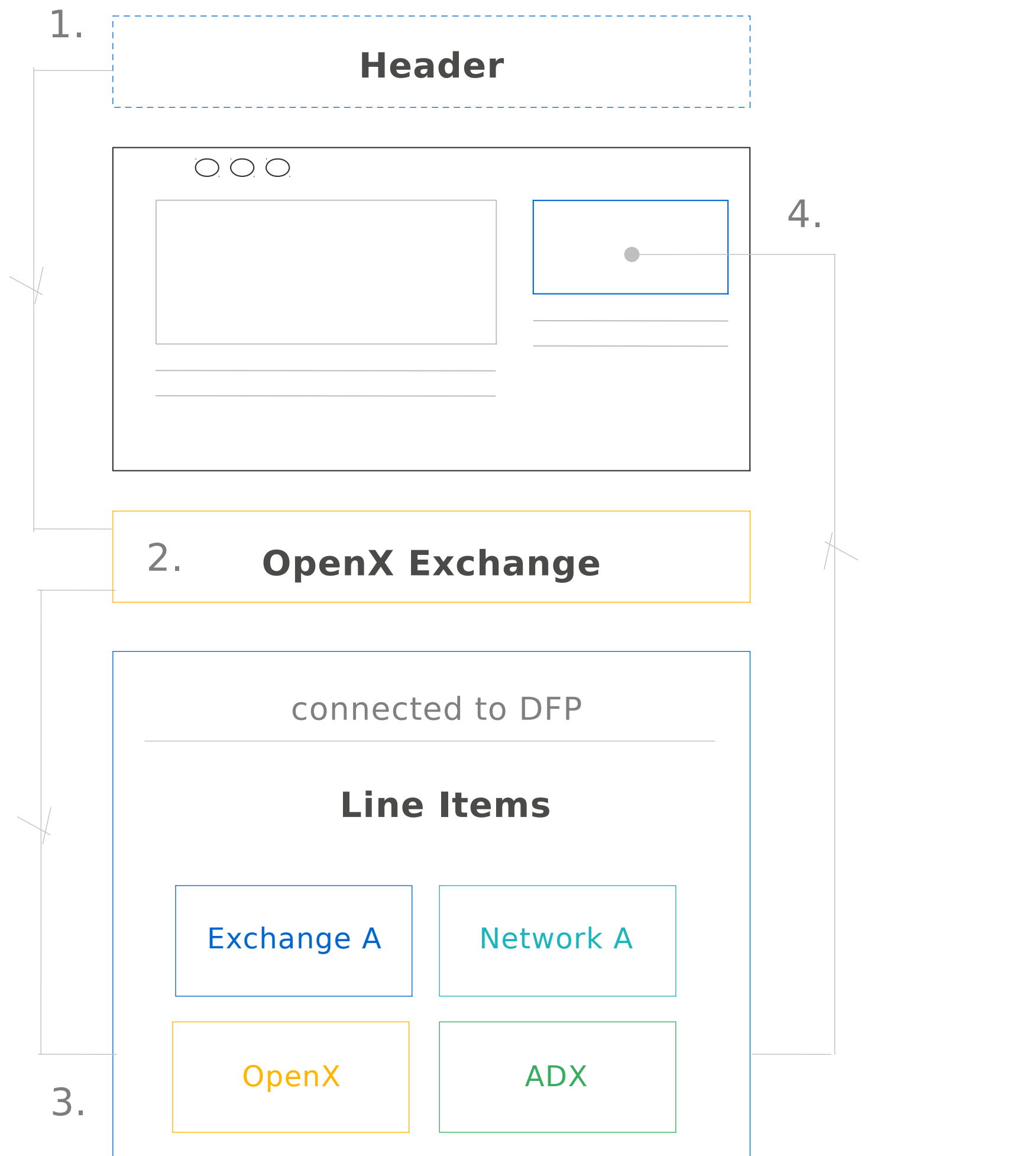
www.openx.com

KONTAKT

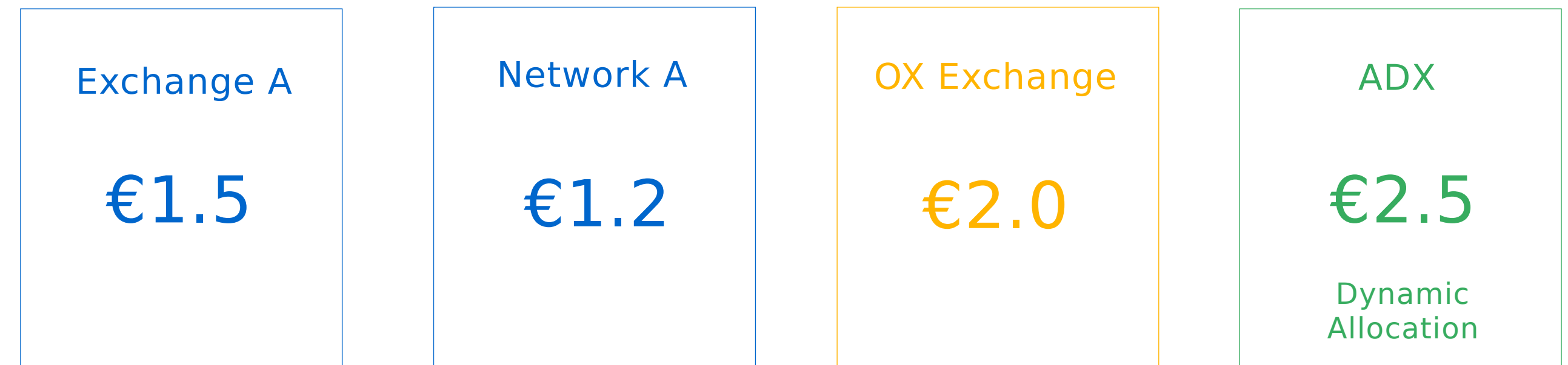
sales-dach@openx.com OpenX GmbH
+49 (0)89 242 148 42 Maximilianstrasse 47
80538 München, Germany



How Bidder Works



DFP Non-Guaranteed



Line Item - Standard or Price Priority

Scenario 1: **ADX Wins**

€1.51
Without Bidder

€2.01
With Bidder