

Motors Marketing Suite

Specs & Creative Tipps

Denk

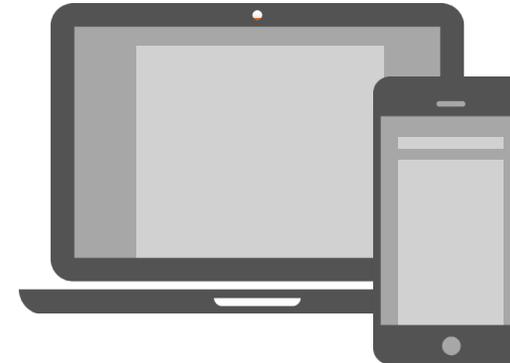
mobile.de

Die beiden MMS Kampagnen-Typen



MMS Classic

Ziel: Etablierung eines neuen Produktes oder eines neuen Modells mittels exklusiver und vorgeformter mobile.de Daten, um eine möglichst große Reichweite in der passenden Zielgruppe zu erreichen.



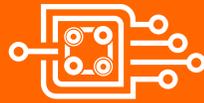
MMS Pixel

Ziel: User zu finden, die sehr wahrscheinlich eine bestimmte Aktion ausführen – das Anmelden zum Newsletter oder auch Probefahrten. Durch die Implementierung von Pixeln auf der LP und unter Nutzung unser exklusiven mobile.de Daten optimieren wir darauf, möglichst viele Interessenten auf der Landingpage zu einem Lead zu konvertieren.

Wo Deine Kampagne läuft: Omnichannel Ansatz



Banner Builder



Logo



Visuals



Headline

Opel Wechselwochen

Text

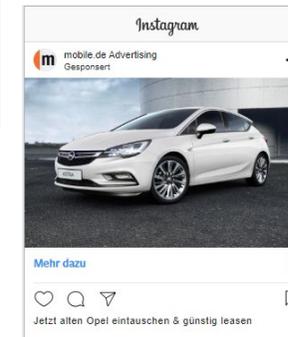
Jetzt alten Opel eintauschen & günstig leasen

URL

<https://www.kfzhaendler.de/de/neuwagen/...>

Button

Leasing Angebot



Bis zu 32 Ad-Varianten mit nur 2 Bild-Text-Varianten



Headline

1 Opel Wechselwochen

2 Opel Wechsel-Angebote

Text

1 Jetzt alten Opel eintauschen & günstig leasen

2 Jetzt den Opel Adam schon ab 109€ monatlich leasen

Button

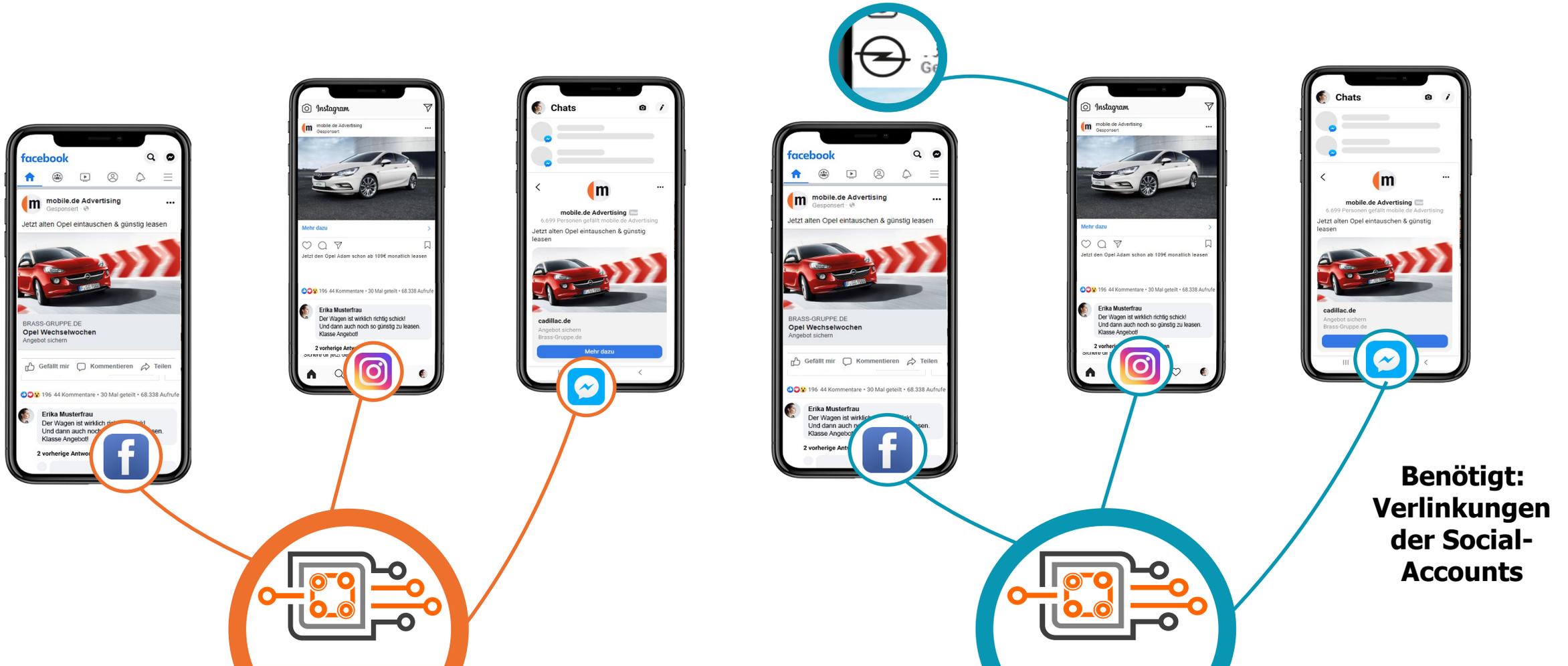
1 Leasing Angebot

2 Angebot sichern

The collage displays 32 unique advertisement variants for Opel, organized into several groups:

- Top Row:** 6 desktop banners featuring Opel Wechselwochen and Opel Wechsel-Angebote.
- Middle Row:** 6 mobile banners for Opel Wechsel-Angebote.
- Central Grid:** 9 desktop banners with Opel Wechselwochen and Opel Wechsel-Angebote.
- Row 1:** 6 mobile banners for Opel Wechsel-Angebote.
- Row 2:** 6 desktop banners for Opel Wechselwochen and Opel Wechsel-Angebote.
- Row 3:** 6 desktop banners for Opel Wechselwochen and Opel Wechsel-Angebote.
- Row 4:** 6 desktop banners for Opel Wechselwochen and Opel Wechsel-Angebote.
- Row 5:** 6 desktop banners for Opel Wechselwochen and Opel Wechsel-Angebote.

Social Ads: Aussteuerung über den mobile.de Advertising Account oder den eigenen

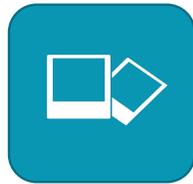


**Benötigt:
Verlinkungen
der Social-
Accounts**

Input: Alles, was nötig ist.



Logo



Produktshots



Headline



Body



CTA-Texte



Landingpage

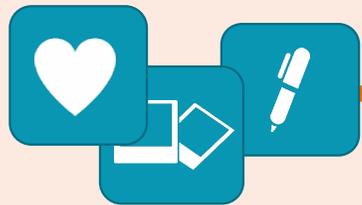
**Empfohlen 2x
bis zu 6x**

Zusammenfassung

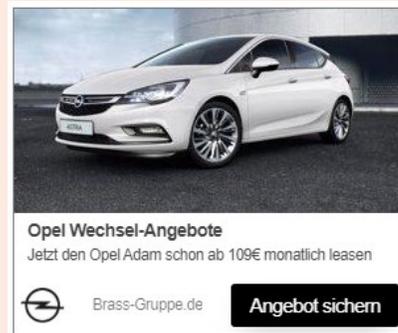
1.) Nutzen der Audience Segmente

Wir erstellen für Dich **exklusive 1st Party Data Audience Segmente** basierend auf dem Nutzerverhalten von monatlich über **15 Millionen Unique Usern** passend für Deine Kampagne. Mit **unserer Erfahrung** wählen wir das **ideale Segment** für die **optimale Reichweite aus**.

2.) Erstellung von Werbemitteln



Logo, Bild & Texte



Dein Creative Set

3.) Omnichannel Optimierung

Deine Werbemittel werden **dynamisch und automatisiert** kontinuierlich während der gesamten Kampagne auf allen Kanälen (mobile.de Inventar, AGOF Premium und Social Media) auf die beste Performance optimiert.

4.) Abrechnung

Die Abrechnung der Kampagne inklusive der Nutzung der mobile.de 1st Party Data erfolgt auf **Clickbasis (CPC)**.

Was wir von Dir brauchen: Spezifikationen

Creative Assets	MMS	Campaign Demo
Produktshots 1,91:1	1200 x 628 1- 3 MB max. 2-6 Bilder	
Logo: 1:1	180x180 100 KB	
Headline	25 max.	Opel Wechselwochen
Body	60 max.	Jetzt alten Opel eintauschen & günstig leasen
Advertiser URL	25 max.	Brass-Gruppe.de
Call to Action	15 max.	Leasing Angebot
Click Tracker	-	https://bs.serving-sys.com/serving/adServer.b...

Wichtig

Performance Kampagne	Pixel Integration	
Facebook Sender	Default: mobile.de Advertising; Optional: Deine Facebook Site	mobile.de Advertising (Alternativ: Autohaus Mustermann)
Produktshots	Kein Textanteil innerhalb der Bilder	

Denk

mobile.de