


# CREATIVE GUIDELINES

## STATISCHE WERBEMITTEL FÜR ESOME CONVERT KAMPAGNEN

### ANFORDERUNGEN:


 Klare Darstellung des Produkts und/oder der Marke (hoher Informationsgrad)

 Möglichst geringer Textanteil im Bild\*

 Call-To-Action Buttons mit klarer Handlungsaufforderung (Was soll der Nutzer tun? Was erwartet ihn auf der Website?)


Nutzung der CTA-Buttons der Plattformen

### EMPFEHLUNGEN:

 Mehrere Creatives mit verschiedenen kurzen Begleittexten testen

## VIDEOS FÜR ESOME CONVERT KAMPAGNEN

### ANFORDERUNGEN:


 Visuelles Storytelling: Verständlichkeit der Message auch ohne Sound

 Möglichst geringer Textanteil im Thumbnail\*

### EMPFEHLUNGEN:


 Verwendung von Untertiteln

 Videolänge ca. 5-15 Sekunden für Social Media Inventar, max. 30 Sekunden für andere digitale Inventare

 Content bis zur letzten Sekunde (Keine langen Logoeinblendungen oder Blackscreens, insbesondere am Ende)

 Aufmerksamkeitsstarker Content, zum schnellen Wecken des Nutzerinteresses

- Fokus auf die wesentliche Message
- Integration visueller Überraschungen
- Frühe Platzierung des Markenlogos/Produkts innerhalb des Videos
- Schnelle Schnitte

 Integration von Sound im Video zur Begeisterung des Nutzers

 Mehrere Creatives mit verschiedenen kurzen Begleittexten testen