

CREATIVE GUIDELINES

STATISCHE WERBEMITTEL FÜR ESOME DIGITAL BLOCKBUSTER KAMPAGNEN

ANFORDERUNGEN:



Klare Darstellung des Produkts und/oder der Marke



Möglichst geringer Textanteil im Bild*

EMPFEHLUNGEN:



Mehrere Creatives mit verschiedenen kurzen Begleittexten testen



Emotionalisierender Content, passend für den Zeitpunkt der Bewerbung

VIDEOS FÜR ESOME DIGITAL BLOCKBUSTER 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