

KOSTENLOSE CHECKLISTE

Checkliste zur Planung von Programmatic-DOOH-Kampagnen

Eine einseitige Checkliste, die Sie vor jedem Kampagnenstart durchgehen sollten.

Direkt aus dem Planungsprozess dieses Guides übernommen. Gehen Sie jeden Punkt einmal durch, bevor Inventar, Packages oder Deal-IDs überhaupt zur Sprache kommen.

☐ **Ziele**

Primäres Geschäftsziel in einem Satz formuliert; primärer und unterstützende KPIs abgestimmt.

☐ **Zielgruppe**

Definiert durch Verhalten, Geografie und relevante Umgebungen, nicht nur durch Demografie.

☐ **Budget**

Ausreichend für eine aussagekräftige Reichweite und Frequenz; nicht zu dünn über zu viele Märkte verteilt.

☐ **Standorte**

Standorttypen gewählt, weil sie zur Denkweise der Zielgruppe und zum Ziel passen; audience-first ermittelt, nicht screen-first.

☐ **Creative**

Besteht den Drei-Sekunden-Test; erfüllt alle Screen-Spezifikationen, Laufzeiten und Freigaben; dynamische Varianten dort vorbereitet, wo der Einkauf es zulässt.

☐ **Buying-Setup**

Direkter vs. programmatischer Einkauf bewusst gewählt; Deal-IDs, Packages, Targeting und Pacing bestätigt; Frequency Caps festgelegt.

☐ **Messung**

Methode, Partner, Umfang und Reporting-Dimensionen vor dem Launch bestätigt; POI-Polygone und eine etwaige Brand-Lift-Baseline vorhanden.

☐ **KPIs**

Primärer KPI und Zielwert vor dem Launch mit dem Kunden abgestimmt; sekundäre KPIs liefern Kontext.

☐ **Reporting**

Kadenz, Dashboard-Struktur, Stakeholder und Erfolgsnarrativ abgestimmt.

☐ **Kampagnen-Review**

Lernfragen für die Zeit nach der Kampagne vor dem Launch definiert; gängige Planungsfehler als vermieden abgehakt.