

Snapchat Advertising

Kreativ und angesagt: Snap Ads

Snapchat wächst seit seiner Markteinführung kontinuierlich und hat in Deutschland mittlerweile über 5 Millionen aktive Mitglieder. Vor allem bei jüngeren Zielgruppen erfreut sich die Foto bzw. Video App großer Beliebtheit, knapp 40 % der Nutzer sind unter 18 Jahre alt. Für Unternehmen eröffnen sich mit Snap Ads ganz neue Möglichkeiten, denn keine Plattform verfügt über solch kreative Anzeigenformate.

Die Social Media Marketing Experten von isemo richten Ihnen eine optimale Werbekampagne auf Snapchat ein, egal ob Sie mit Ihren Snap Ads Interaktionen, Traffic für Ihre Website, Leads oder Conversions erzielen wollen. Wir erstellen für Sie außerdem Filter und Linsen, mit denen Sie Ihre Marke oder Produkte in einem ganz neuen Rahmen präsentieren können. Fordern Sie jetzt ein unverbindliches Angebot an und stellen Sie fest, wie spielerisch Sie Ihre Produkte oder Dienstleistungen vermarkten können.

<https://isemo.de/#kontakt>

Snapchat Advertising Tipps & Best Practices

Als Einstieg in die Welt des Snapchat Advertisings haben wir ein paar wichtige Fakten, Tipps und Best Practices aus unserer täglichen Arbeit als Social Media Agentur für Sie zusammengestellt. Die Inhalte werden wir immer wieder aktualisieren, um den ständig wachsenden Innovationen, Erfahrungen und Richtlinienanpassungen gerecht zu werden. Für weiterführende Informationen oder Fragen kontaktieren Sie einfach unseren [Snapchat Advertising Support](#).



Snap Ads

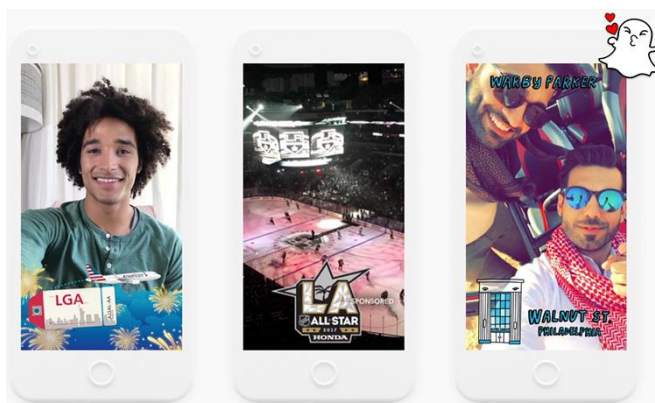
Snapchat Werbeanzeigen, kurz Snap Ads, gibt es aktuell in 4 Varianten. Diese unterscheiden sich dabei gar nicht so sehr durch das Format, sondern vielmehr durch ihre Ziele. Mehr Aufmerksamkeit für Ihren Kanal und Ihre Marke, die Generierung von mehr Traffic für Ihre Website, die Generierung von mehr Downloads Ihrer App oder eine längere Werbebotschaft zum Beispiel in Form eines Imagefilms.

- **Top Snap Ads:** Schalten Sie einen kurzen Werbeclip von 3 bis 10 Sekunden prominent auf Snapchat. Bildschirmfüllend, 100 % sichtbar, immer mit Ton und nahezu identisch mit dem Snap eines normalen Nutzers. Bildmaterial muss im GIF Format und Videomaterial im mp4 oder mov Format sein. Es wird eine Auflösung von 1080x1920 Pixel empfohlen und die finale Datei darf nicht größer als 32MB sein. Zusätzlich kann ein CTA (Call-to-action) Button, ein Markenname mit maximal 25 Zeichen sowie ein Titel mit maximal 34 Zeichen der Anzeige hinzugefügt werden.
- **Web View Ads:** Diese sind genauso aufgebaut wie die Top Snap Ads, mit dem Unterschied, dass Nutzer durch "Wischen" direkt auf die Website des Werbetreibenden weitergeleitet werden. Allerdings können Sie dieses Anzeigenformat nur dann nutzen, wenn Ihre Website den Mobile Friendly Test von Google besteht und die mobile Ladezeit der Website nicht länger als 6 Sekunden beträgt.

- **Lead Ads:** Mit der Erweiterung der Snapchat Eintragungfunktion verwandeln Werbetreibende die Web View Ad quasi in eine Lead App. Nutzer können durch Antippen der Werbeanzeige ganz einfach ihre bei Snapchat hinterlegte E-Mail Adresse sowie ihren Namen an den Werbetreibenden schicken. Dafür wird keinerlei Formular mehr benötigt. Diese Erweiterung ist allerdings noch nicht auf dem deutschen Markt verfügbar.
- **App Install Ads:** Auch dieses Anzeigenformat ist ganz ähnlich einer normalen Snapchat Werbeanzeige aufgebaut, nur dass hier ein prominenter CTA Button am unteren Ende der Anzeige direkt in den entsprechenden App Store der beworbenen Applikation verlinkt. Eine Besonderheit der App Install Ads ist, dass Nutzer Snapchat nicht verlassen müssen, um die beworbene App zu installieren.
- **Long Form Video Ads:** Dieses Anzeigenformat setzt auf eine normale Snap Anzeige auf und führt diese quasi fort. Ein Nutzer bekommt auf diesem Weg zum Beispiel einen kurzen Teaser ausgespielt, der ihn in 3 bis 10 Sekunden über den Inhalt des folgenden Videos informiert. Durch kurzes Wischen am unteren Bildrand gelangt der Zuschauer zum eigentlichen Video, welches wesentlich längere und entsprechend tiefere Inhalte transportieren und bis zu 2GB groß sein kann.

Snapchat Filter

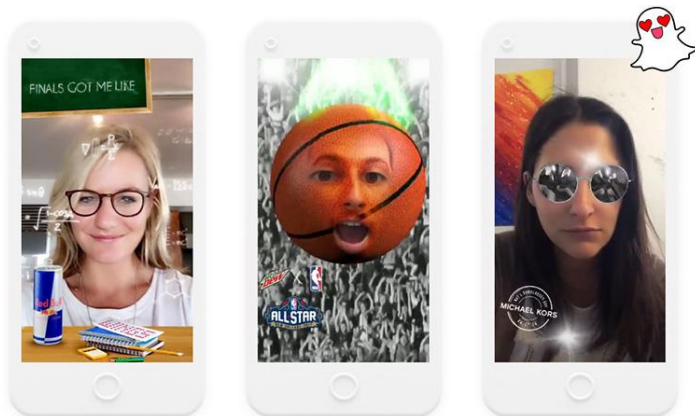
Unternehmen können auf Snapchat einen eigenen Filter erstellen, in dem beispielsweise das Firmenlogo integriert wird und diesen mit bestimmten Standorten verknüpfen. Den Filter können Nutzer dann über ihr eigenes Foto oder Bild legen und das Ergebnis entsprechend teilen. Befindet sich ein Snapchat Nutzer beispielsweise in der Nähe einer Ihrer Filialen, erscheint Ihr Filter zur Auswahl. Eine aktuelle Studie der Hochschule Düsseldorf hat belegt, dass ganze 85 % der deutschen Snapchat Mitglieder diese Art der Werbung nicht als störend empfinden und im Gegenteil besonders gut annehmen.



Snapchat Linsen

Die Snapchat Linsen sind mit Abstand das kreativste und interaktivste Werbeformat, was aktuell auf dem Markt ist. Unternehmen können eigene Linsen produzieren und Nutzer einladen, diese zu verwenden. Ist der Nutzer auf Snapchat und will ein Selfie von sich machen, kann er oder sie die entsprechende Linse auswählen, in Echtzeit über sein eigenes Foto legen und damit interagieren. Auf diesem Weg befassen sich die Nutzer spielerisch und im Schnitt mindestens 20 Sekunden lang mit der Marke des Werbetreibenden und verknüpfen die Marke oder das Produkt mit einem positiven Erlebnis.

Zwei Beispiele aus der Praxis: Ein Hersteller von Sonnenbrillen erstellt eine Linse, in der das neuste Modell seiner Kollektion integriert ist. Der Nutzer kann diese Brille auf Snapchat mit der Linse quasi anprobieren und ein Foto von sich machen sowie teilen. Ein Hersteller von Energy Drinks entwickelt eine Linse, über die der Nutzer sein Getränk bildhaft konsumieren kann und ihm danach Flügel wachsen. Auch diesen Linseneffekt kann der Nutzer per Selfie festhalten, damit interagieren und teilen.



Weitere Themen aus dem Bereich des Social Media Marketings:

- [Social Media Monitoring](#)
- [Facebook Advertising](#)
- [Youtube Advertising](#)
- [Instagram Advertising](#)
- [Influencer Marketing](#)
- [Social Media Workshops](#)