

Wir präsentieren: neue Targeting-Optionen und Gebotsmodifikatoren

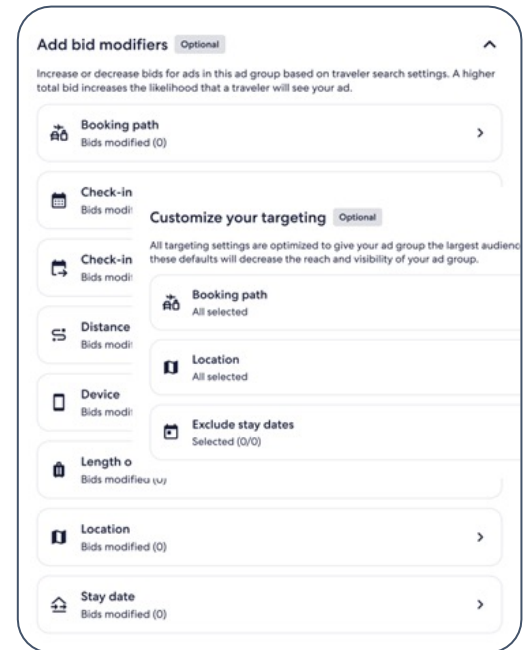
Erreichen Sie genau die richtigen Reisenden für Ihre Unterkunft mit intelligenteren, flexibleren und präziseren Targeting-Optionen.

Ein neuer Name

Gebotsoptimierer heißen jetzt Gebotsmodifikatoren. Die Funktion ist gleich, aber der Name spiegelt besser wider, wie das System aktuell funktioniert. Diese **Modifikatoren erhöhen oder senken Ihr Basisgebot** anhand der von Ihnen gewählten Attribute von Reisenden.

Mehr Möglichkeiten

Für mehr Reichweite und eine bessere Steuerung sind die Parameter „Anreisetag“ und „Reisezeitraum“ jetzt Gebotsmodifikatoren. Wir haben neue Parameter wie z. B. den **Aufenthaltszeitraum** eingeführt, mit denen Sie Ihre Wettbewerbsfähigkeit während der Hauptreisezeiten erhöhen oder die Gebote an Sperrdaten strategisch senken können.



Length of stay bid modifiers	
Modify your base bids according to how long a traveler wants to stay. A higher total bid increases the likelihood that a traveler searching for the selected length of stay will see your ad.	
Length of stay	Bid modifier
Less than 3 nights	-
4-5 nights	+20%
More than 5 nights	-

Prozentuale Berechnung

Für zusätzliche Flexibilität beim Anpassen Ihrer Gebote an Ihre Strategie können Sie jetzt einen **Prozentsatz** – statt eines festen Betrags – festlegen, um den Ihr Basisgebot erhöht oder gesenkt werden soll.

Wie bisher muss das modifizierte Mindestgebot über 0,50 USD liegen.

Multiplicative bid modifier stacking		
Base bid		\$1.00
Members only	+30%	x1.30
Check-in day	+15%	x1.15
Device	-20%	x0.80
Bid amount		\$1.20

Kombination von Gebotsmodifikatoren

Gebotsmodifikatoren werden kombiniert, sodass mehrere Targeting-Signale – z. B. Gerät, Aufenthaltsdauer oder Aufenthaltsdaten – zusammenwirken können. Dies führt zu **passgenaueren Gebotsanpassungen** und einer verbesserten Kampagnenoptimierung.

Ihr Gesamtgebot wird abhängig von den Attributen angepasst, die ein Reisender erfüllt.

Wie werden meine Gebotsmodifikatoren in das neue System übertragen?

Um einen reibungslosen und stabilen Übergang zu gewährleisten, wenden wir einen kalibrierten Ansatz an, der darauf abzielt, eine Erhöhung der Gebote zu verhindern und gleichzeitig Ihre Targeting-Strategie insgesamt beizubehalten.

Muss ich etwas unternehmen?

Es besteht kein Handlungsbedarf. Ihre Modifikatoren werden automatisch auf das Advertising Portal übertragen, wobei der kalibrierte Ansatz angewendet wird. Wir empfehlen Ihnen jedoch, **Ihre Einstellungen für Gebotsmodifikatoren nach der Umstellung zu überprüfen**, um sicherzustellen, dass sie weiterhin mit Ihren Kampagnenzielen und der gewünschten Wettbewerbsfähigkeit übereinstimmen, und gegebenenfalls Anpassungen vorzunehmen.

Wenn Sie wesentliche Änderungen feststellen oder Bedenken haben, kontaktieren Sie uns bitte unter „Hilfe & Support“.

Übersicht über die Neuerungen

TravelAds-Portal		Advertising Portal
Name	Gebotsoptimierer	Gebotsmodifikatoren
Targeting-Optionen	• Standort • Buchungsseite • Anreisetag • Anreisezeitraum	• Gebotsort • Buchungsseite • Aufenthaltszeitraum <i>Zusätzliche Optionen werden durch Gebotsmodifikatoren verwaltet.</i>
Optionen für Gebotsmodifikatoren	• Aufenthaltsdauer • Anreisezeitraum • Geschäftsreisende • Gruppen (mehr als 1 Zimmer) • Reisender, der ein Mobilgerät für die Suche nutzt • Internationale Reisende • Reisender innerhalb von 161 km • Treueprogramm • Zielgruppe	• Standort • Buchungsseite • Aufenthaltsdauer • Anreisezeitraum • Anreisetag • Gerät • Entfernung (vereint Modifikatoren zu internationalen Reisenden und Reisenden in der Nähe) • Treueprogramm • Aufenthaltszeitraum • Reisegruppe
Format der Gebotsmodifikatoren	Erhöht Gebot um einen festen Betrag	Erhöht oder senkt Gebote um einen Prozentsatz
Mindestbetrag für Gebotsmodifikatoren	0,25 \$	Kein Mindestbetrag