



LOCATION-BASED ADVERTISING

Die Brücke zwischen Online
& Offline-Konsumentenverhalten

Werbebotschaften lassen sich in einen ortsbezogenen Kontext einbetten. Werbungtreibende erreichen damit nicht nur Ihre Zielgruppe, sie liefern adressierten Nutzern zugleich Informationen, die wirklich relevant sind, weil Sie sich auf die aktuelle Umgebung der User beziehen.

WIE FUNKTIONIERT LOCATION-BASED ADVERTISING?



Standortbezogene Werbung wird durch Lokalisierungssignale (z.B. GPS, Wi-Fi) aus mobilen Endgeräten ermöglicht. Werbetreibende können so Zielgruppen am gewünschten Ort identifizieren sowie mithilfe der Live-Standortdaten die Kunden direkt erreichen und mit einer Werbebotschaft ansprechen. Informationen über den Standort ermöglichen es in Kombination mit weiteren Daten die Streuverluste auf ein Minimum zu reduzieren und die Werbung noch relevanter zu machen.

WIE ERHALTEN WIR DIE STANDORTDATEN DER NUTZER?



Registrierte mobile Apps ermöglichen die Reichweite für Local-Based-Advertising. Mit der Einwilligung der Standortdatenübermittlung erhalten wir so Standortdaten von einer sehr hohen Zahl von Nutzern dieser Apps.

WIE SPIELEN WIR LOCATION-BASED ADVERTISING AUS?



Ziel jeder Kampagne ist die definierte Zielgruppe mit mobilen Werbeformaten (Display, Rich Media, Video) im optimalen Zeitabschnitt und am richtigen Ort zu erreichen. Dafür stehen uns eine Vielzahl verschiedener Targeting-Formen zur Verfügung:

- ★ Zielgruppen: Bewegungsprofile der letzten 90 Tage erlauben es uns Ihre gewünschte Zielgruppe zu erreichen.
- ★ Umkreis-Targeting: Spielen Sie Ihre Kampagne live im Umkreis Ihres gewünschten Standortes aus.
- ★ Store Visits: Anhand von Tracking-Pixeln können die tatsächlichen Store Visits, die durch ihre Kampagne erzeugt wurden, dargestellt werden. Ebenso können wir die Nutzer ausschließen, die sich in den letzten 90 Tagen vor Kampagnenbeginn in Ihrem Zielgebiet aufgehalten haben.
- ★ Markenstores/Kategorien: Suchen Sie nur z.B. Rewe-Märkte oder alles, was unter die Kategorie Supermarkt fällt? Sie wollen ein spezielles Fitness-Studio oder alle in einem definierten Gebiet ansteuern? Wir bieten Ihnen durch eine patentierte Technologie eine große Auswahl an genau definierten Standorten in Ihrem Zielgebiet.
- ★ Nachbarschafts-Targeting: Hier werden die Konsumenten mit den entsprechenden Geo-Positionsdaten näher betrachtet. Dazu werden hyperlokale geografische Grenzen um Markenstores oder POIs (Verkaufspunkte) abgebildet und aufgezeigt, aus welchen Nachbarschaftsbereichen die Menschen die Filialen am häufigsten besuchen. Jeder Nachbarschaft wird ein normalisierter Affinitätswert zugewiesen, der auf der Anzahl der eindeutigen Besuche zwischen dem Geschäft und dem Nachbarschaftsbereich basiert. Beispiele für Nachbarschaftsbereiche können z.B. Einkaufszentren, Wohnviertel, Gewerbegebiete oder Bildungseinrichtungen sein.
- ★ Re-Targeting: Steuern Sie Nutzer die Ihre Werbung bereits gesehen haben nochmals an.

FRAGEN?

THOMAS KRUG - FRESHCLIP GMBH & CO. KG
KAISER-WILHELM-RING 22 - 50672 KÖLN
TEL.: 0221 / 99 80 60 55
E-MAIL: TK@FRESHCLIP.DE

MOBILE - DESKTOP - VIDEO – DISPLAY – AUDIO.
DIGITAL ADVERTISING AUS EINER HAND.



LOCATION-BASED ADVERTISING

Die Brücke zwischen Online
& Offline-Konsumentenverhalten

WIE LÄSST SICH DER KAMPAGNERFOLG MESSEN?



Neben den ausgespielten Werbeeinblendungen (Ad Impressions) Klicks und erreichten Unique Usern, lassen sich auch die Store Visits (Filiabesuche) nach Kampagnenende ermitteln. Somit können Werbetreibende anhand von ausgewerteten Bewegungsdaten ihren Online-Kampagnenerfolg auch offline nachvollziehen.

WORAUF BERUHT UNSER LOCAL-BASED ADVERTISING?



Die Basis unseres Local-Based-Advertising ist das Adsquare footfall measurement Messverfahren wodurch sich verifizierte Bewegungsdaten Ihrer Kampagne auswerten lassen.

BEISPIELKAMPAGNE MIX MARKT

Nachfolgend sehen Sie ein Beispiel für eine Kampagne, die mit unserem Produkt erstellt wurde.

BRAND OBJECTIVE

- Erhöhung der Aufmerksamkeit für die „Drive to Store“-Kampagne
- Steigerung der Kundenzahlen in den Mix Markt Filialen

BRAND KPIS

- CTR & Filialbesuche

UMKREIS TARGETING

Auslieferung erfolgte in Nürnberg, Fürth, Schwabach und einem Umkreis von bis zu 2km zu den Mix Markt Filialen.

LEISTUNGSÜBERSICHT



200.165
Impressions



147
Visits

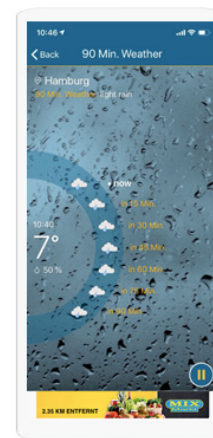


0,21%
CTR



0,75%
SVR

SCREENSHOTS



320x50px



300x250px

Glossar

Visits – Anzahl der Filialenbesucher

CTR – Click Through Rate

SVR – Store Visitation Rate

FRAGEN?

THOMAS KRUG - FRESHCLIP GMBH & CO. KG
KAISER-WILHELM-RING 22 - 50672 KÖLN
TEL.: 0221 / 99 80 60 55
E-MAIL: TK@FRESHCLIP.DE