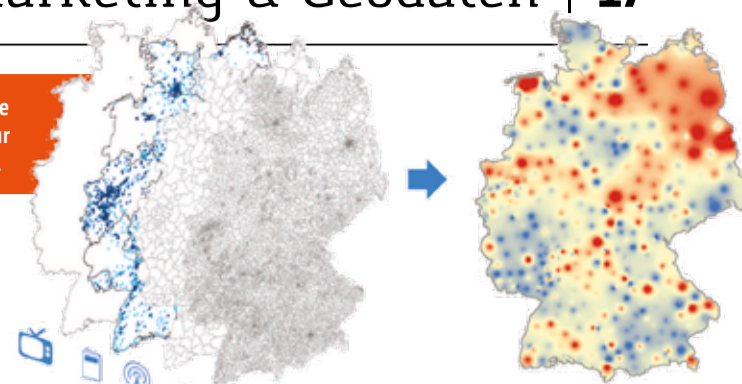


Mobile Frühstückswerbung

Mit dem von BRANDLOCAL entwickelten ImpactMonitor kann die gesamte Medialeistung einer Marke im Raum visualisiert und zur räumlichen Optimierung der Werbeauspielung genutzt werden.

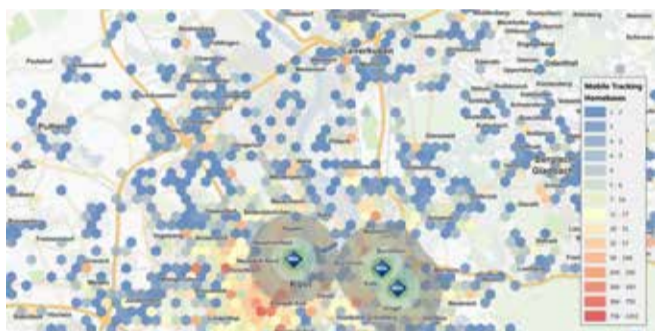


Zur Bewerbung des neuen Konzepts von Rewe-to-go Shops in Aral-Tankstellen wurde eine Geo Intelligence-Analyse und -Planung verwendet, die vor allem auf dynamische, mobile Werbung setzt.

Seitdem die sogenannte Customer Journey eine zentrale Kategorie für Marketingfachleute geworden ist, stellen sich werbetreibende Unternehmen die Frage, wem sie wann welche Werbeeinhalte durchsenden wollen. Mobile Endgeräte, vor allem natürlich Smartphones, sind dafür der entscheidende Kanal. Also gilt auch für den stationären Einzelhandel, dass er nicht mehr so sehr mit statischen Daten wie Wohnorten und den dazu gehörigen Konsumdaten arbeiten kann, sondern mit dynamischen Daten, die die Mobilität der Zielgruppen stark berücksichtigenden können.

sagt Geschäftsführer Jens Schnüchel und skizziert damit die weiteren Ziele des Jungunternehmens. Vor diesem Hintergrund ist Aral ein Vorreiter, denn der Ansatz kombiniert unterschiedlichste Daten-Layer zur Kommunikationsoptimierung. Diesen Ansatz bezeichnet BRANDLOCAL auch als Geo Intelligence.

der jeweiligen Tankstellenstandorte zu erfassen. Dazu hat die Agentur die vorgegebenen Zielgruppen-Cluster des Kunden durch weiteren Datenbezug angereichert, wobei diese sich auf den Standort der Stores bezogen und in ihrer Größe je nach lokaler Gegebenheit stark variierten. Besonderheit bei dem Projekt ist die Analyse dynamischer Pendler-Ströme. Dazu wurde jede Tankstelle mit einem Geofence belegt. Somit konnten Kunden-Smartphones initial erfasst und über mehrere Wochen getrackt werden: Heruntergebrochen auf jedes einzelne Gerät wurden so konkrete Bewegungsmuster über den Tagesverlauf sichtbar gemacht – die Customer Journey wurde also im Raum nachvollziehbar gemacht. So entstand eine dynamische Zielgruppe, nämlich jener Menschen, die sich in der Nähe des PoS befinden. Komplettiert wurde das Analyseverfahren mit einer räumlichen Abtragung der Payback-Daten von Kunden.



Durch Geo Intelligence kann jede denkbare Information räumlich verortet werden – beispielsweise die Home-Base von Kunden mittels Smartphone-Tracking.

„Be-greifbare“ Konsumenten

Der Schlüssel bei dem Projekt ist ein Geofence-basiertes Tracking von Smartphones. Hierzu hat BRANDLOCAL eine Plattform entwickelt, die die Aktivitäten der User am PoS erfasst. Die Ergebnisse daraus können durch die Agentur qualifiziert, analysiert und den Händlern mittels Dashboard-Lösungen zur Verfügung gestellt werden. Der hieraus resultierende Erkenntnisgewinn kann von Aral und Rewe dazu genutzt werden, sämtliche Werbemaßnahmen zu optimieren.

In einem ersten Arbeitsschritt hatte BRANDLOCAL die Aufgabe, die relevanten Zielgruppen im Einzugsgebiet

Werbeeinhalte je nach zeitlichem und örtlichem Kontext platzieren

Auf dieser Grundlage entwickelte BRANDLOCAL ein standortindividuelles Kommunikations-Setup, bei dem jedes einzelne Zielgruppen-Cluster über den Tagesverlauf mit relevanten Botschaften beschickt wird. Besonderer Fokus lag dabei auf programmatisch ausgespielter Mobile-Werbung. So wurden beispielsweise zu Essenszeiten morgens, mittags und abends variierende Angebote promotet. In den Zwischenzeiten wurden diese

Angebote von Imagemotiven flankiert. Die für die Pendler-Analyse erfassten IDs wurden via App-basierten Push-Nachrichten an ihrem Arbeits- beziehungsweise Wohnort angesprochen. Gearbeitet wurde darüber hinaus mit relevanten Content Sites mit zeitlichem Fokus auf das Wochenende und großformatigen Desktop- und Mobile-Formaten. Zudem wurden an Verkehrsknotenpunkten Plakate im 18/1-Format platziert.

Über Geo Intelligence hat BRANDLOCAL auch die Touchpoints, also die sinnvollen Orte der Ansprache gezielt analysiert und die mobile Werbeauspielung angesteuert. Dabei wurde auch die aktuelle Entfernung zum nächsten Aral/Rewe To Go aufgezeigt.

Ebenso wurde in der Startphase eine digitale Ansprache über Facebook umgesetzt. Dabei wurde primär mit Bewegtbild-gestützter Werbung gearbeitet. Auf Basis der neu gewonnen Zielgruppen-Clusterung und

Verortung wurde auch der bisherige Handzetteleinsatz optimiert.

Ergebnis überwachen

Das Ergebnis der PoS-bezogenen Digitalwerbung kann mit entsprechenden Tools von BRANDLOCAL nachvollzogen werden. Zum Beispiel stellt das Unternehmen fest, ob derjenige, der eine Werbung angeklickt hat, in den darauffolgenden Tagen direkt an der Verkaufsstelle vor Ort war – es findet somit ein Leistungsnachweis der Digital-Werbung statt.

Das Ergebnis der Werbemittel-Messung über Geofences vor Ort ergab nach Angaben von BRANDLOCAL einen Anstieg der Conversion Rate – also des Verhältnisses zwischen einem Werbemittel-Kontakt seitens des Webseiten-Besuchers und seinen Shop-Aktivitäten – von bis zu 171 Prozent.

www.brandlocal.de



WIGeoGIS

WIGeoWeb macht Geomarketing einfacher!

WIGeoWeb ist eine moderne WebGIS-Software für Unternehmen. Verbinden Sie Marktdaten mit Ihren Kundendaten und KPIs auf digitalen Landkarten.

WIGeoWeb bietet intelligente Funktionen zur Datenanalyse und räumlichen Darstellung für zahlreiche Branchen und Unternehmensbereiche.

Mit WIGeoWeb bieten wir eine innovative WebGIS-Software für zahlreiche Anwendungen.

Unser Motto: räumliche Analysen einfach machen.

Weitere Infos:

Thorsten Lange, Senior Consultant
tl@wigeogis.com | +49 89 321998 46 | wigeogis.com



Das Konzept sieht vor, dass jeder Zielgruppen-Cluster morgens, mittags und abends mit bedarfsorientierter Werbung versorgt wird (oben). In den Zwischenzeiten setzt die Agentur auf Imagebilder (links).



ANBIETER Adressmanagement/Geokodierung

- Axiom Deutschland GmbH, 63263 Neu-Isenburg | www.axiom.de
- AZ Direct GmbH, 33311 Gütersloh | www.az-direct.com
- infas 360 GmbH, 53113 Bonn | www.infas360.de
- Nexiga GmbH, 53115 Bonn | www.nexiga.com
- panadress marketing intelligence GmbH, 80335 München | www.panadress.de
- Pitney Bowes Deutschland GmbH, 64293 Darmstadt | www.pitneybowes.com/de
- Ubilabs GmbH, 22769 Hamburg | www.ubilabs.net
- WIGeoGIS GmbH, 80796 München | www.wigeogis.com

Mehr Infos unter www.business-geomatics.com