

DMIP1

DMI – Treffen
Hamburg, 28.03.2019

One-Stop-Shop für Targetingdaten zu (digitalen) Außenwerbestandorten
auf Währungsniveau und in Echtzeit.

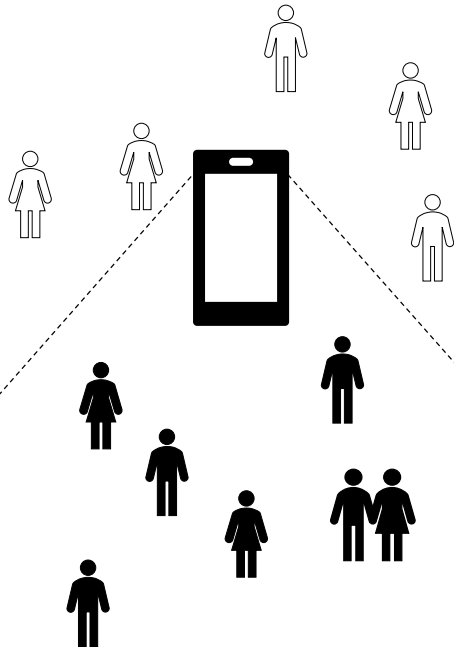
Studien sind etabliert

... **aber statisch** ...

... der Markt verlangt zunehmend nach Echtzeitdaten

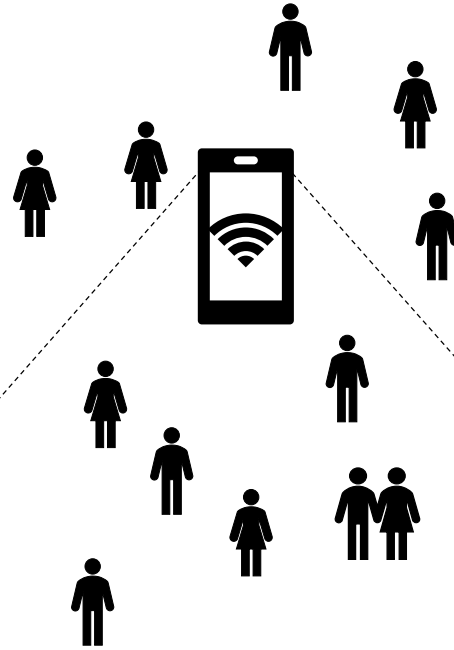
Kein Währungsniveau bei Trackingdaten

1. Interview



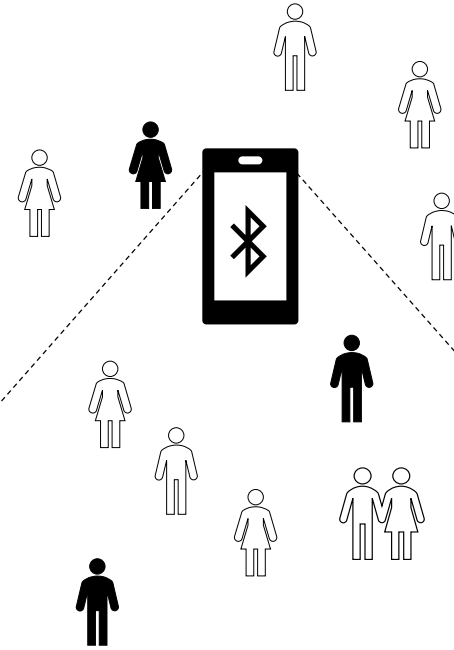
Soziodemographische Daten
(statisch), aber keine Echtzeit
Leistungswerte

2. WiFi-Tracking



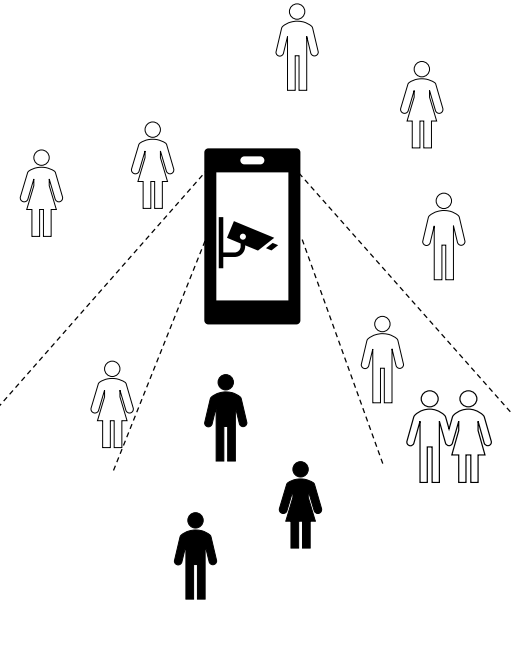
Hohe Leistungswerte

3. Beacon



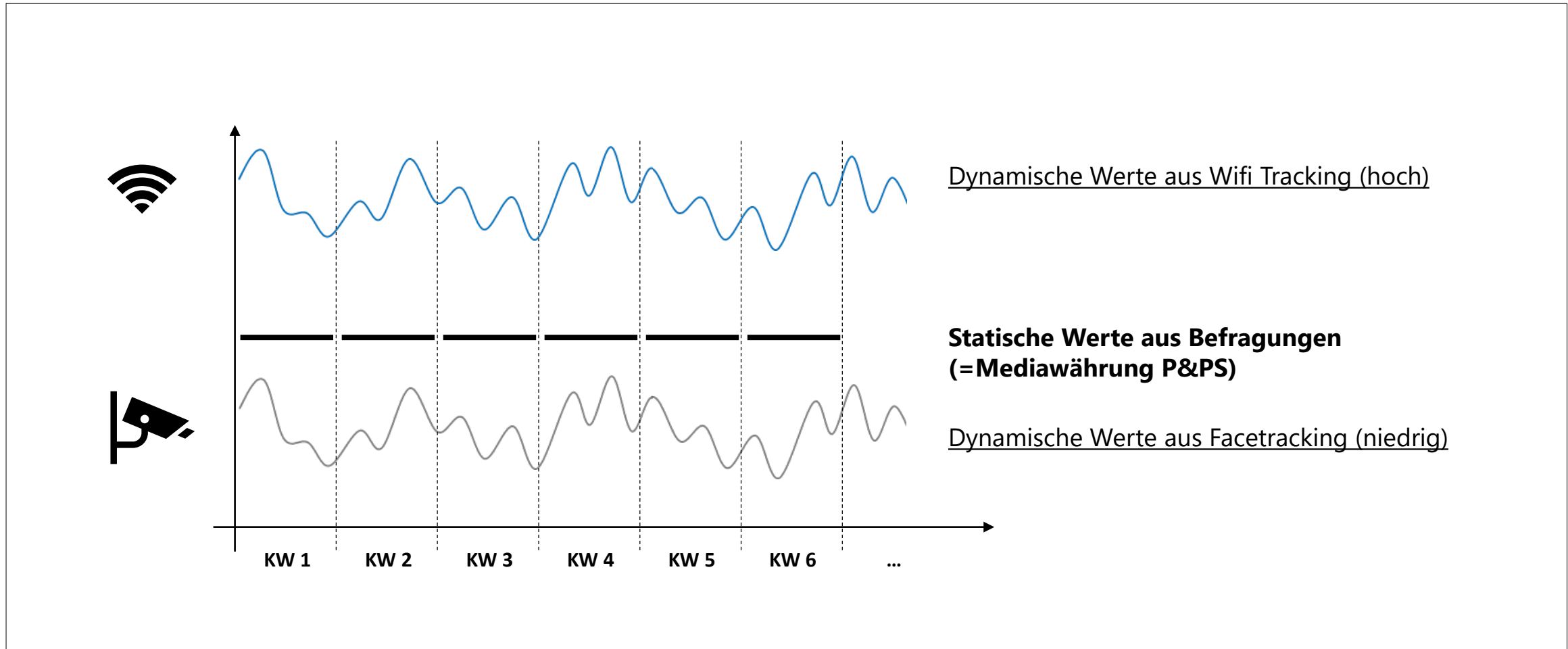
Niedrige Leistungswerte

4. Face-Tracking



Niedrige Leistungswerte

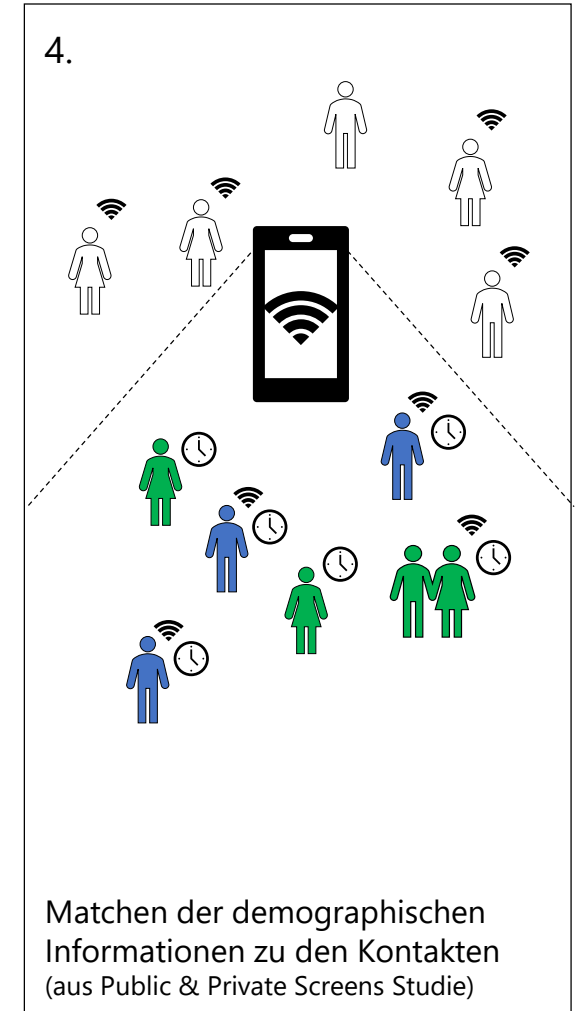
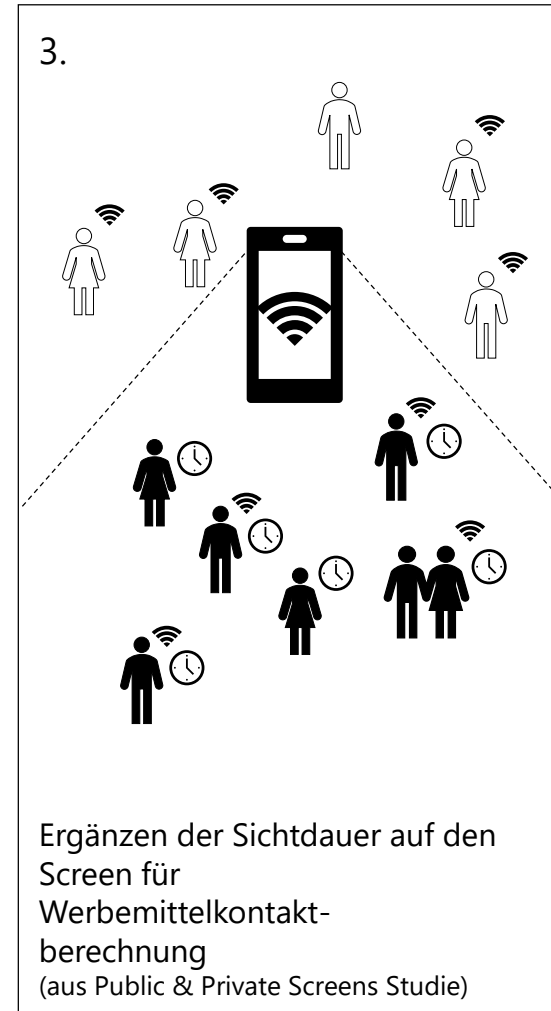
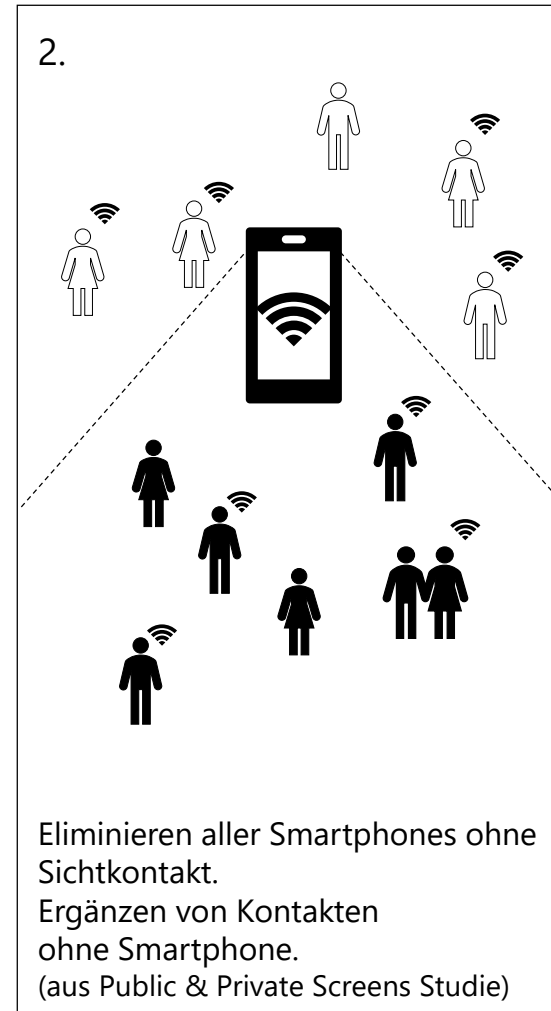
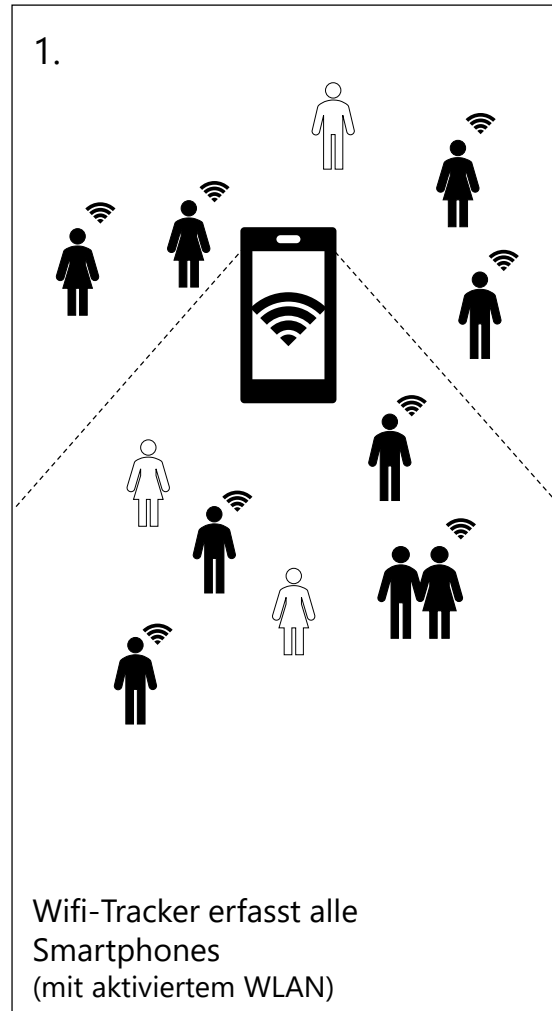
Die Zusammenführung statischer Werte mit Echtzeitdaten aus Tracking



Kalibrierung der Trackingfrequenzen auf
Befragungsniveau

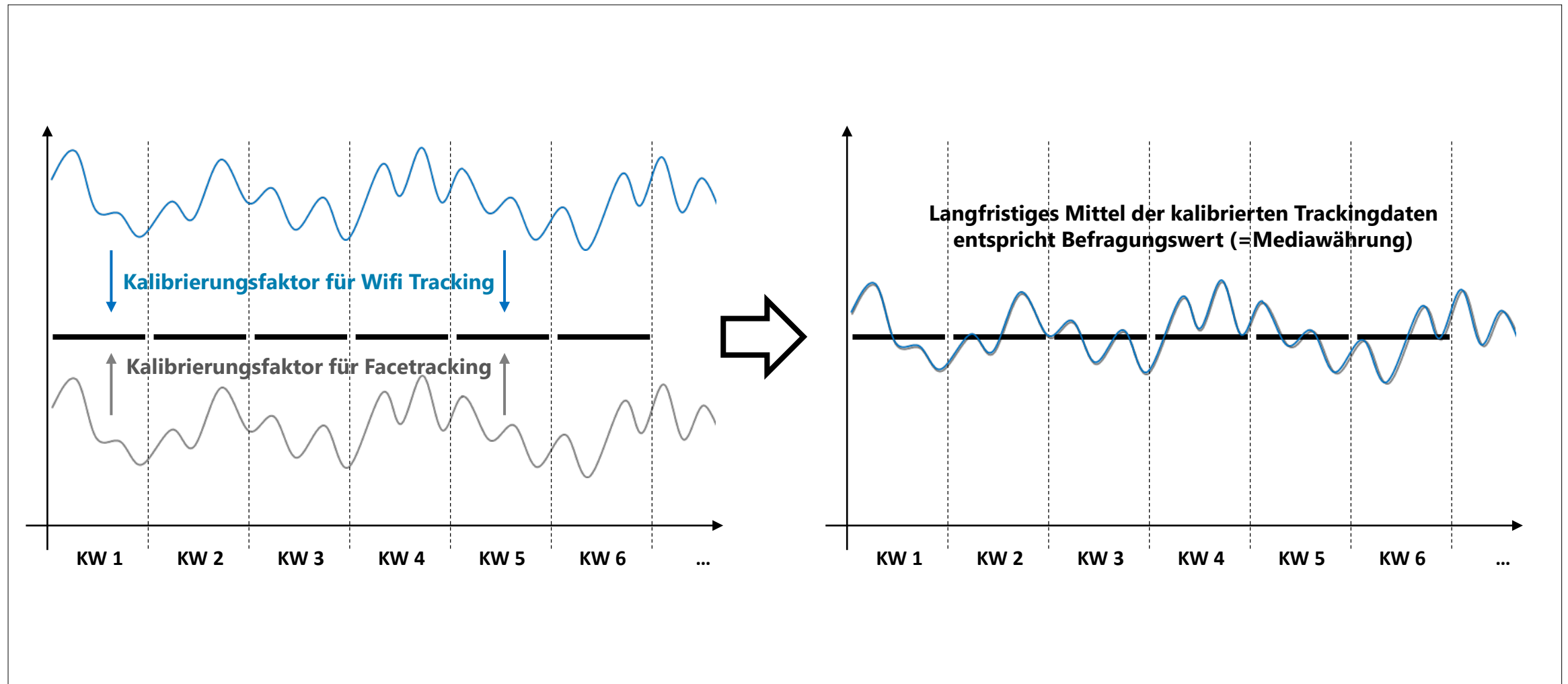


Was macht der Kalibrierungsfaktor



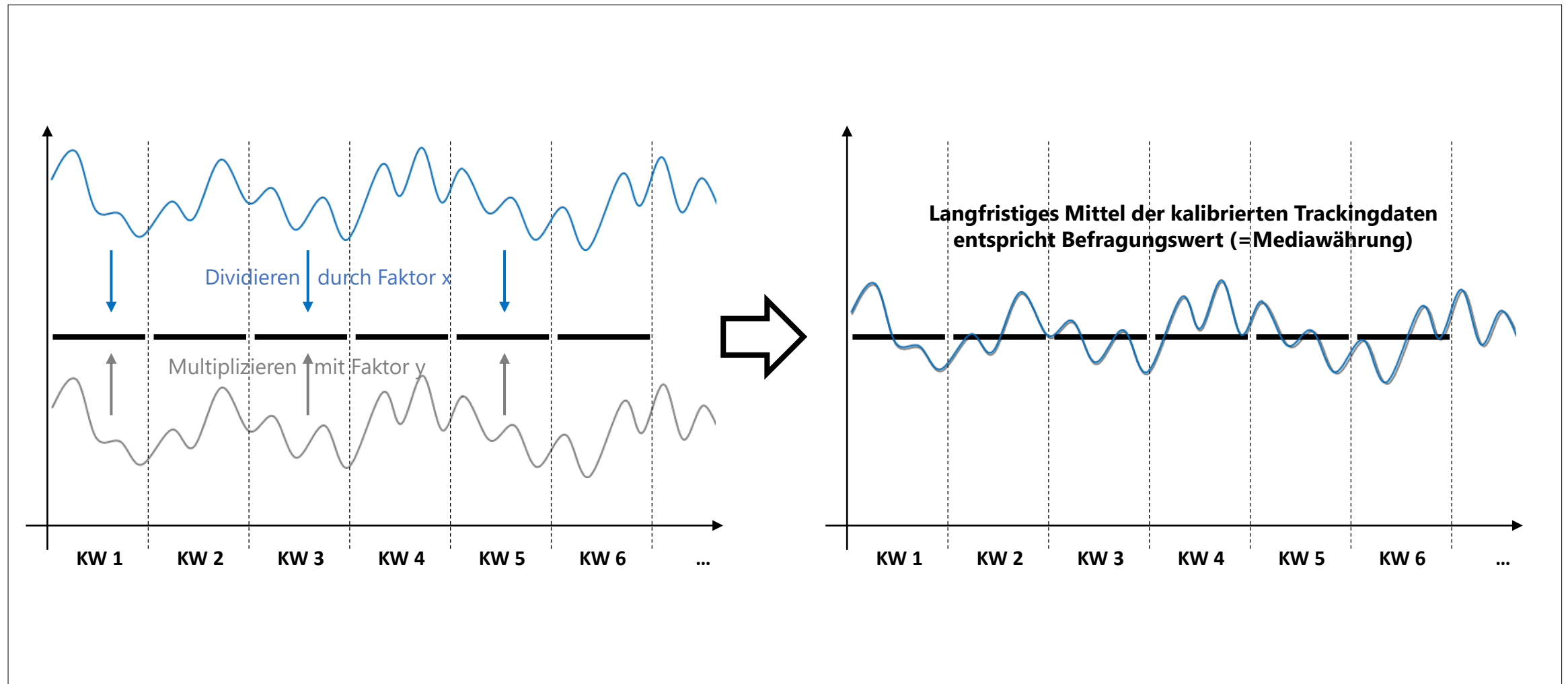
Die Zusammenführung von statischen Werten mit Echtzeitdaten aus Tracking

Der Kalibrierungsfaktor stellt die Übereinstimmung aller Messungen im langfristigen Mittel sicher



Die Zusammenführung statischen Werten mit Echtzeitdaten aus Tracking

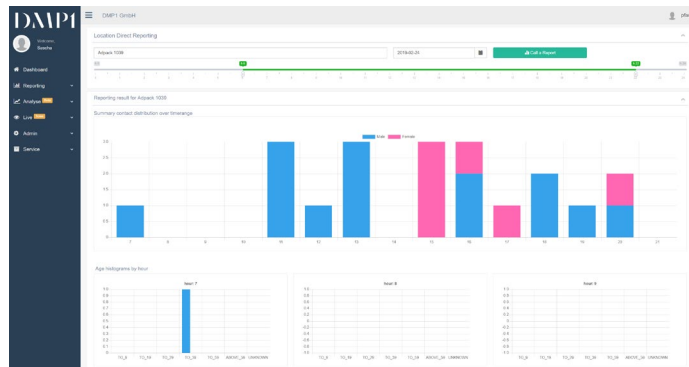
Der Kalibrierungsfaktor stellt die Übereinstimmung aller Messungen im langfristigen Mittel sicher





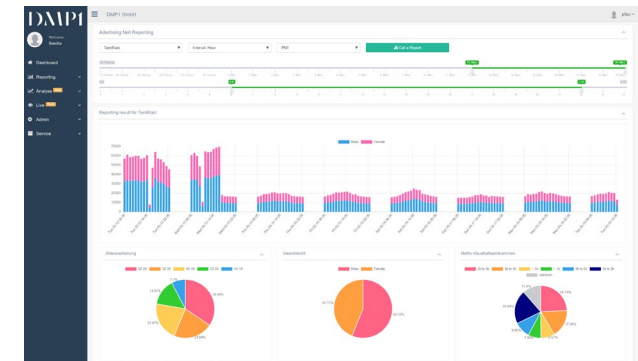
Wir bieten Daten für die digitale Außenwerbung / GDPR Konform

DMP1



The screenshot shows the 'Demographic Standard Analyse' dashboard. It includes a table with columns for 'Note', 'Skizze', 'Prozent', 'x 100,000 %', 'Wochentag', and 'Zeitraum'. The table lists various demographic categories such as 'FitnessLubler', 'Kino', 'Teegetränk', and 'FastFood-Restaurant'.

Note	Skizze	Prozent	x 100,000 %	Wochentag	Zeitraum
FitnessLubler	0,64	75,000	17,86	Samstag	21.12
Kino	0,36	37,000	15,15	Samstag	06.10
Teegetränk	3,31	336,000	14,62	Montag-Freitag	06.10
FitnessLubler	0,60	60,000	14,61	Samstag	21.12
Kino	1,18	118,000	14,56	Montag-Freitag	06.10
FastFood-Restaurant	0,37	36,000	14,29	Samstag	06.10
Lehr-Abschneidemaschine/Lehrer/Qualifizierender	0,5	47,000	13,79	Samstag	06.10
Lehr-Abschneidemaschine/Lehrer/Qualifizierender	0,55	51,000	13,51	Samstag	09.12
Teegetränk	4,35	436,000	13,42	Montag-Samstag	06.10
Teegetränk	2,68	272,000	13,21	Montag-Freitag	21.12
FitnessLubler	1,11	107,000	13,18	Samstag	06.10
Kino	2,36	234,000	13,11	Montag-Samstag	06.10
Kino	0,71	69,000	13,1	Samstag	06.10
Lehr-Abschneidemaschine/Lehrer/Qualifizierender	0,54	49,000	13,1	Samstag	21.12
Kino	0,48	43,000	12,96	Samstag	09.12
Freizeitsportler	0,79	69,000	12,94	Montag-Freitag	21.12
Flughafen	1,92	192,000	12,98	Samstag	21.12
Flughafen	1,12	109,000	12,85	Samstag	09.12
Kino	1,76	165,000	12,79	Montag-Samstag	06.10
Termin- und Reisebüro auf der Autobahn	1,12	98,000	12,73	Samstag	09.12



Träckingwährung

Außenwerbung braucht Echtzeitdaten. Wir liefern einheitliche Targetingdaten aus unterschiedlichsten Trackingtechnologien auf Währungsniveau.

Prognosemodelle

Auf Basis historischer Trackingdaten und aktueller Faktoren wie Ferien, Reisezeiten und lokalen Veranstaltungen errechnen unsere zertifizierten Algorithmen zukünftige Leistungswerte für die (D)OoH-Kampagnenplanung.

Reporting

Leistungsdaten für einzelne (D)OoH Kampagnen stehen in Echtzeit und historisch in aggregierter Form zur Verfügung

Wie kommt ein DOOH Anbieter an eine
Trackingwährung?



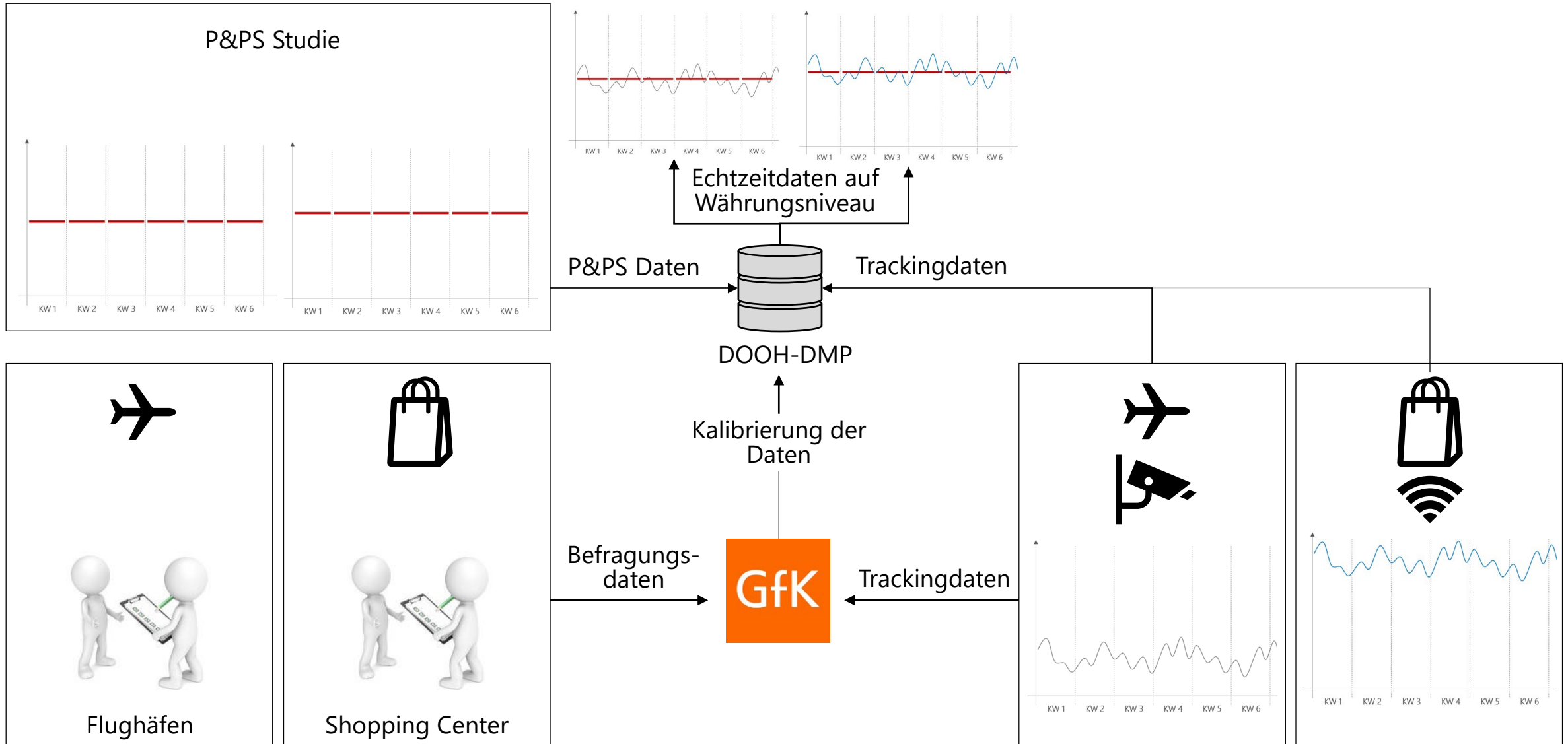
Wie entsteht die Trackingwährung?

1. Von **P&PS Reichweitenstudie** erfassen lassen
2. Durchführung der **F2F-Studie**
3. Installation von **Trackingtechnologie**
4. Trackingdaten auf **Währungsniveau kalibrieren** lassen
5. Trackingdaten in **DOOH DMP** einspielen und verfügbar machen

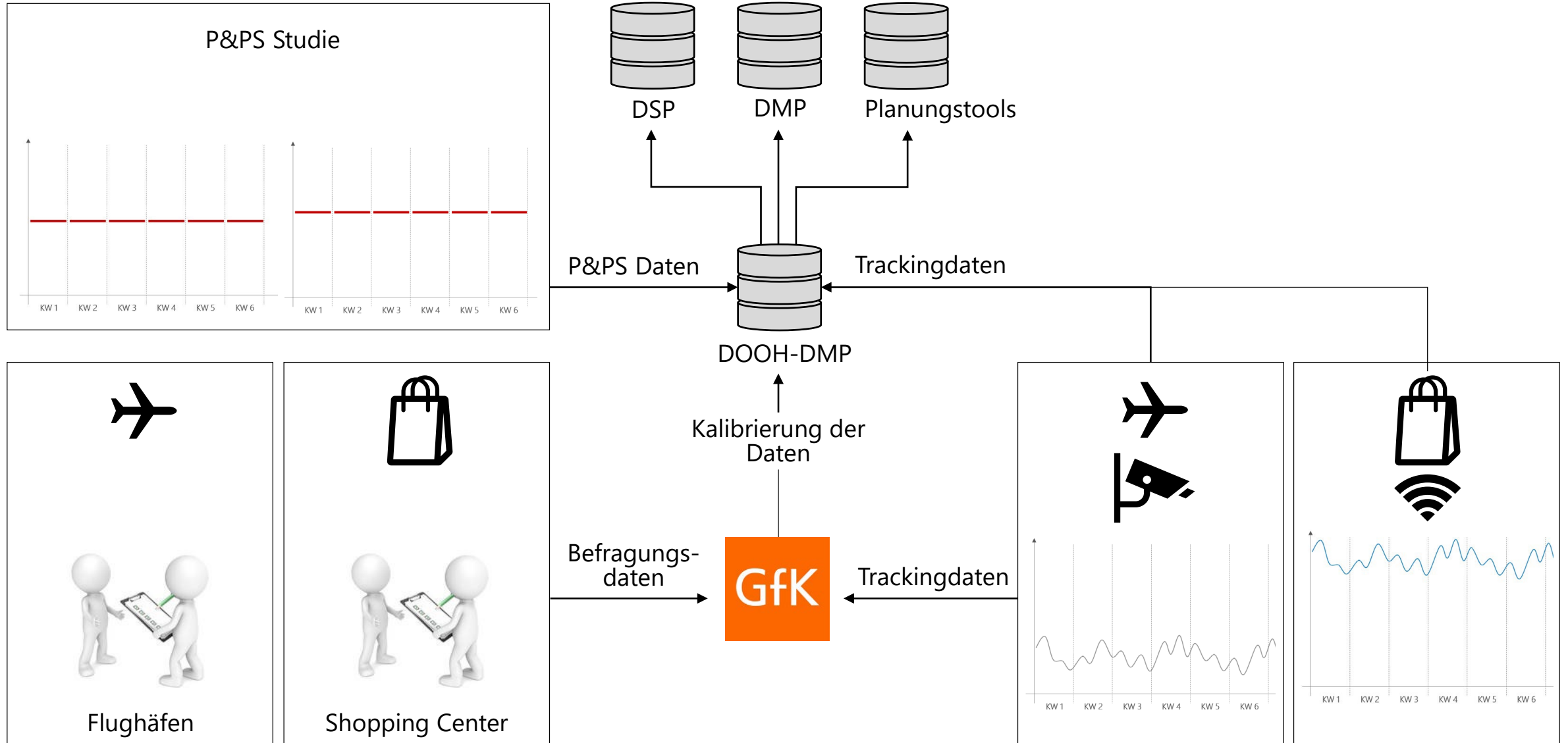
Die Zusammenführung von P&PS Daten, Trackingdaten
und Kalibrierungsfaktoren



Die DOOH DMP



Die DOOH DMP



DAMP1



„Wir brauchen dringend verlässliche Daten und ein gemeinsames Messkriterium.“

Uwe Storch, stellvertretender OWM-Vorsitzender