

Hyper Local Marketing

Datenbasiertes Händlermarketing & Drive-to-Store



POI Analyse & Strategien

Customer Distribution

- + Abgrenzung des Einzugsgebiets
- + Verteilung der Kunden eines Stores auf einzelne PLZ-Gebiete

Penetration Rate

- + Detailanalyse des Store Traffics
- + Anteil der Kunden an Gesamtbevölkerung des jeweiligen PLZ-Gebiets

Visit Share

- + Identifizierung der Stores mit Optimierungspotential
- + Vergleich der Kunden-Anteile in einem PLZ-Gebiet mit bis zu fünf Konkurrenten

Gebietsanalysen nach PLZ, Stadt, Landkreis

Kundenbindung

Behalte den Visit Share in Kernkundengebieten

Guerilla

Steigere den Visit Share in umkämpften Gebieten

Neukunden

Generiere neues Business in Gebieten ohne Kundenanteile

Geomarketing at its best



Dynamische Audiences



Prädiktive Algorithmen für Retailer



Skalierbarkeit durch Machine Learning & AI



Granulare Heat Maps



Proprietäre DMP

Quality data by design



SDK – 4 Milliarden GPS Datenpunkte pro Monat



2,7 Milliarden Datenpunkte aus Bid Requests pro Monat



Nur Consent Data



GDPR und CCPA konform



Offizielle IAB TCF v2 CMP

Activation im Media Mix

Branding & Store Impact

Messbare Auswirkungen von Branding-Kampagnen auf die POI Visits

Drive to Store

Personalisierte und DCO basierte Botschaften für optimalen Kunden-Uplift

Multi-Impact Strategie

Crossmediale Begleitung von DOOH-Kampagnen



Footfall Measurement – Store Visit Tracking

- > Sammeln der Device-ID, wenn die Ad angezeigt wird
- > **Match!** Wenn die GPS-Daten des Nutzers mit den GPS-Daten des POS und den vordefinierten Gebäudepolygonen übereinstimmen -> Store Visit wird gezählt