

So zielführend, zeitsparend und effizient war Mediaplanung noch nie!

dieMarktforscher haben ein Planungstool programmiert, welches alle Werbe-TouchPoints beinhaltet und Media-Performance sowie **Awareness-Effekte prognostiziert. Strategie, Kosten und Effizienz auf einem Blick. Was bis anhin sehr viel Know-How und Zeit erforderte funktioniert jetzt auf innert Sekunden.**

Als Mediaplaner und Marktforscher wissen wir genau, was ein perfektes Planungstool ausmacht!

- **Kanalempfehlung** auf Basis von Reichweiten & Akzeptanzwerten
- **Strategie-Tool** zur Berechnung der Kampagnenleistung (Reichweite, OTS & GRP)
- **Simulation der Awareness Effekte** (Markenbekanntheit & Werbeerinnerung)
- Die Möglichkeit **alle denkbaren Media-Mix-Varianten** zu prüfen (National & Regional)
- **Simple Bedienung**
- Einen **evidenten Vergleich** gibt es nur, wenn **alle Kanäle mit der gleichen Methode** erhoben werden!

Hintergrund

Es ist irreführend Medialkanäle nur aufgrund von Ihrer Reichweite und Kosten zu beurteilen. Wie kann man erwarten, dass Werbung funktioniert, wenn sie als störend empfunden wird oder die Qualität des Werbekontakts zu gering ist.

Um ein **neutrales** und effizientes Mediaplanungs-Tool zu erschaffen, wurde auf Basis von 3'910 Interviews sowie Benchmarks aus 380 Kampagnentests ein Algorithmus programmiert, der alle entscheidenden Kriterien berücksichtigt: **Reichweite, Kontakthäufigkeit, Kanalakzeptanz, Kontaktqualität sowie eine Einschätzung der zu erwartenden Mediakosten.**


Nur so erhalten wir eine **zuverlässige Simulation der Awareness Effekte** und somit einen **ROI-Forecast** für **jede Kampagne.**

Einfache Bedienung

Step 1 – definieren Sie Ihre Zielgruppe

Tragen Sie eine 1 ein um die Zielregion (Kanton) auszuwählen.

Zielgruppenauswahl, Regionen, Media-KPIs



dieMarktforscher.org

Universum in TSD Personen: **353**

Zürich Bern Basel Stadt Baselland Zug Luzern Obw., Nidw., Uri Aargau Solothurn	SG, AI & AR Thurgau Schaffhausen Glarus Graubünden Schwyz	Genf Waadt Freiburg Neuenburg Wallis Jura	Tessin
--	--	--	--------

Luzern: **1**

Step 2 – Definieren Sie Ihre Zielgruppe

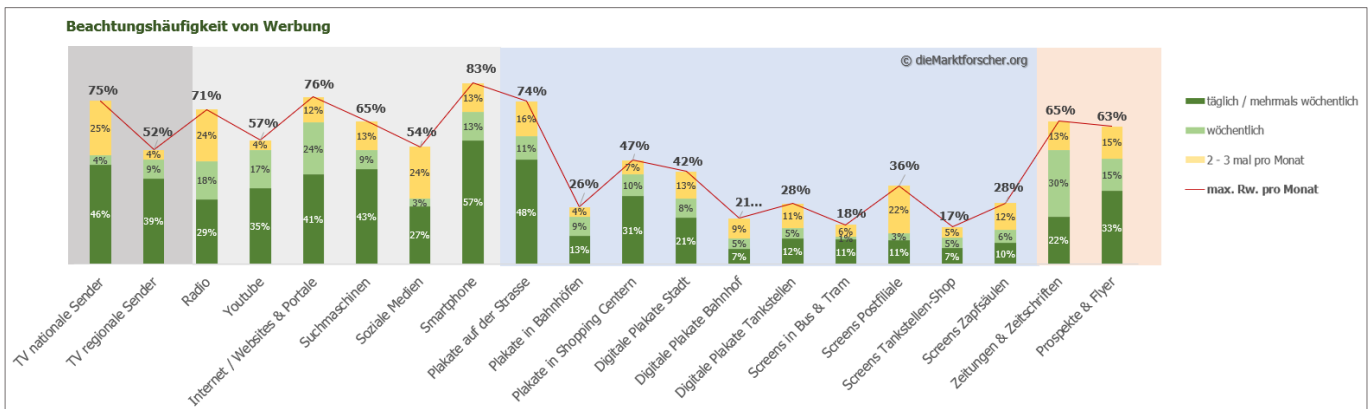
Stellen Sie die Filter entsprechend ein

Geschlecht <input type="button" value="v"/>	Alter <input type="button" value="v"/>	Kinder im HH <input type="button" value="v"/>	Kinder 0 - 4 Jahre <input type="button" value="v"/>	Kinder 5 - 12 Jahre <input type="button" value="v"/>	Kinder 13 Jahre & älter <input type="button" value="v"/>	Bildung <input type="button" value="v"/>	HHEK-Brutto <input type="button" value="v"/>
---	--	---	---	--	--	--	--

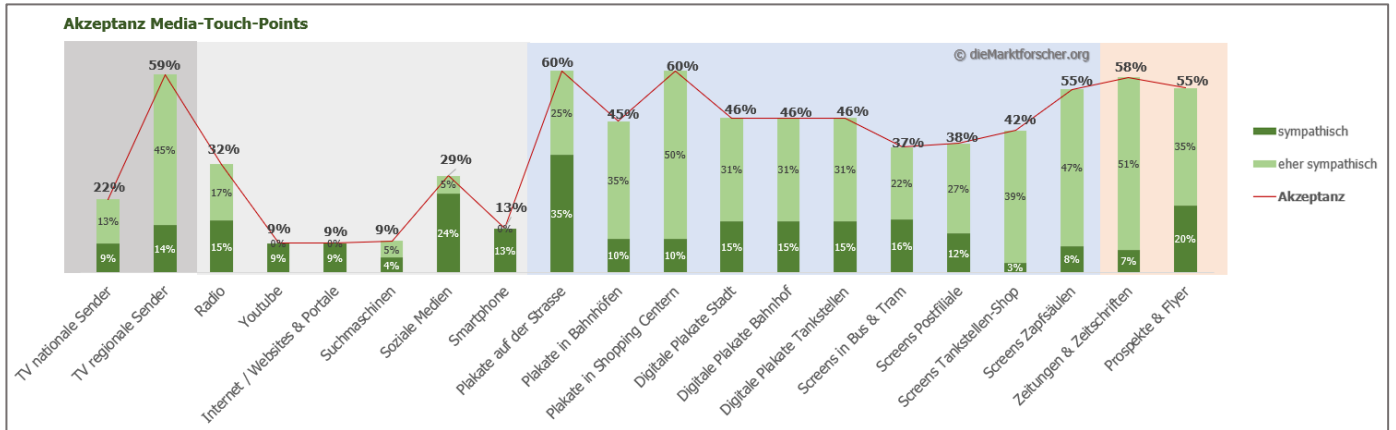
Output Step 1 & 2

➔ Beispiel Frauen 50 - 69, mit Wohnsitz im Kanton Luzern

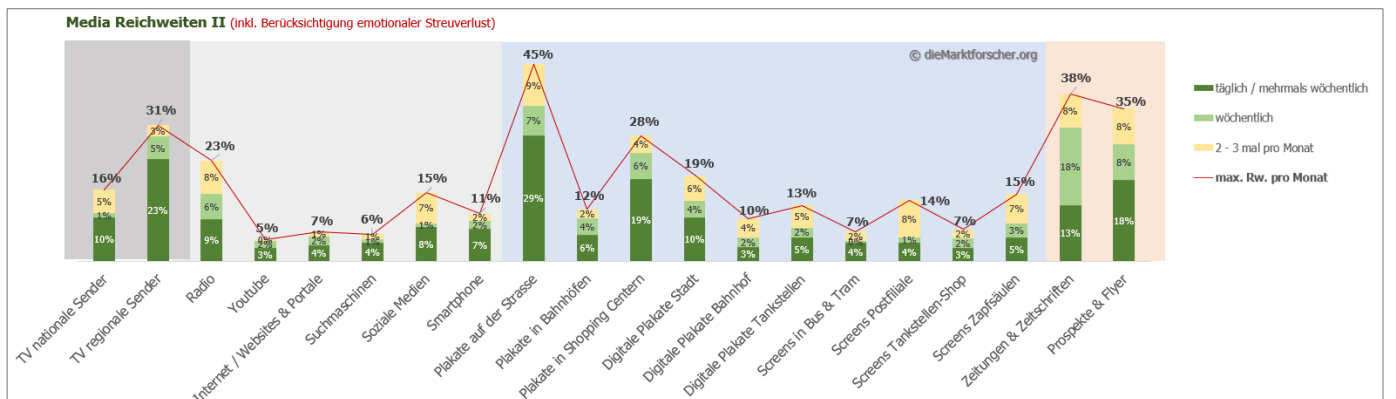
Grafik 1 zeigt die max. Mediareichweite



Grafik 2 widerspiegelt die Akzeptanz der Kanäle



Grafik 3 ist die Konklusion aus Reichweite und Akzeptanz und entspricht der tatsächlichen Media Reichweite!



>> Nächste Seite Planungstool

Step 3 – Planung & Prognose

Markieren Sie mit einer 1 im Kalender, auf welchen Kanälen und wie lange die Werbung erscheinen soll. Sie erhalten die Prognose der Mediakosten, die üblichen Media KPI's sowie eine Simulation der Werbe-erinnerung und den Uplift der Markenbekanntheit.

	Media Kosten Total	Anzahl Wochen	© dieMarktforscher												Media KPIs					Werbe- Awareness	Angaben zur Simulation der gestützten Markenbekanntheit						
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Reichweite in %	OTS in TSD	Kont. in TSD	GRP									
															in %	in TSD	in TSD										
TV nationale Sender																											
TV regionale Sender																											
Radio																											
Youtube																											
Internet / Websites & Portale																											
Suchmaschinen																											
Soziale Medien	13'776	4.0					1	1	1	1											57.7%	33	25.7	852	1'485	6%	
Smartphone																											
Plakate auf der Strasse	23'677	1.0					1														58.6%	34	14.2	478	833	22%	
Plakate in Bahnhöfen																											
Plakate in Shopping Centern	23'102	4.0					1	1	1	1											51.6%	30	42.1	1'247	2'174	37%	
Digitale Plakate																											
Screens in Bus & Tram																											
Screens Postfiliale																											
Digitale Plakate Tankstellen																											
Screens Tankstellenshop																											
Screens an Zapfsäulen																											
Zeitungen & Zeitschriften																											
Prospekte & Flyer																											
Total Media Spendings	60'554																				78%	45	57.5	2'577	4'492	50%	

Marktsättigung 1

Werbedruck der Mitbewerber 10

Interesse am Produkt 10

Aktuelle Markenbekanntheit (gestützt) 0%

Simulation: Markenbekanntheit (gestützt) 28%

10 = sehr hoch
1 = sehr niedrig

Wenn Ihnen die Kosten zu hoch sind und Sie beispielsweise nur die Hälfte pro Kanal ausgeben möchten, dann geben Sie 0.5 anstelle 1 im Kalender ein. Sie können den Wert von 0.1 bis 1 beliebig anpassen.

Bei den angegebenen Kosten handelt es sich um eine Einschätzung der Netto/Netto Kosten, daher inkl. der üblichen Rabatte und Kommissionen.

	Media Kosten Total	Anzahl Wochen	© dieMarktforscher												Media KPIs					Werbe- Awareness	Angaben zur Simulation der gestützten Markenbekanntheit						
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Reichweite in %	OTS in TSD	Kont. in TSD	GRP									
															in %	in TSD	in TSD										
TV nationale Sender																											
TV regionale Sender																											
Radio																											
Youtube																											
Internet / Websites & Portale																											
Suchmaschinen																											
Soziale Medien	6'888	2.0					0.5	0.5	0.5	0.5											41.7%	24	17.8	426	742	4%	
Smartphone																											
Plakate auf der Strasse	11'838						0.5														29.3%	17	14.2	239	417	11%	
Plakate in Bahnhöfen																											
Plakate in Shopping Centern	11'551	2.0					0.5	0.5	0.5	0.5											44.2%	25	24.6	624	1'087	28%	
Digitale Plakate																											
Screens in Bus & Tram																											
Screens Postfiliale																											
Digitale Plakate Tankstellen																											
Screens Tankstellenshop																											
Screens an Zapfsäulen																											
Zeitungen & Zeitschriften																											
Prospekte & Flyer																											
Total Media Spendings	30'277																				58%	33	39.0	1'289	2'246	37%	

Marktsättigung 1

Werbedruck der Mitbewerber 10

Interesse am Produkt 10

Aktuelle Markenbekanntheit (gestützt) 0%

Simulation: Markenbekanntheit (gestützt) 21%

10 = sehr hoch
1 = sehr niedrig

Die Filter für Zielgruppe und Region können jederzeit geändert werden. **Sie haben somit die Möglichkeit innerhalb von Minuten, alle denkbaren Planvarianten auf Ihre Effizienz zu prüfen!**

Datengrundlage

- 3'910 Online-Interviews (CAWI) von Personen im Alter von 18 – 69 Jahren
- 2'737 Interviews D-CH, 1'173 Int. F-CH, 313 Int. I-CH
- Repräsentatives Auswahlverfahren
- Durchführung von August 23 bis Januar 24
- Benchmarks aus 380 PostTests (Omnichannel Kampagnen) sowie Bevölkerungsstruktur-Daten

Preise

	Schnuppern	Planen wie üblich	MPE-Awareness Master
Zielgruppen	Alle	Alle	Alle
Kantone	ZH, BE, ZG, LU, SG, GE & TI	Alle	Alle
Mediakosten (netto / netto)	✓	✓	✓
Media-KPI's (ohne Akzeptanz)	✓	✓	✓
Media-KPI's (mit Akzeptanz)	-	-	✓
Werbeerinnerung	-	-	✓
Entwicklung Brand-Awareness	-	-	✓

Probeabos für Direktkunden	bis 30.6.24 Kostenfrei	1 Monat 700 CHF (exkl. MWST)	1 Monat 1'900 CHF (exkl. MWST)
Agenturen & Vermarkter	bis 30.6.24 Kostenfrei	Preis auf Anfrage	

- Jahresabonnemente auf Anfrage. Der Preis richtet sich nach der Anzahl User.
- Für die Folgejahre steht jeweils ab April ein Datensatz mit jeweils 4'000 Interviews aus den letzten 12 Monate zur Verfügung. Das Tool wird somit jährlich aktualisiert. Die Kosten für Updates sind im Preis nicht inbegriffen.

Kontakt

Thorsten Stutzmann & Team

M: kontakt@diemarktforscher.org

P: 079 697 21 85

dieMarktforscher.org

Hauptstrasse 45

Postfach 26

CH-8762 Schwanden