

MPE Wirkungsprognose - **Mediaplanung war Vertrauenssache!**

Den ROI im Voraus wissen!

Wenn man 10 Jahre lang (bei 440 Kampagnentests) die Zusammenhänge zwischen Werbedruck, Awareness und Mediakosten untersucht und in einer «selbstlernenden» Datenbank zusammenfasst, kann man die Wirkungseffekte jeder Kampagne im Voraus prognostizieren!

- **Wenn Medien nur aufgrund Ihrer Reichweite beurteilt werden, tut man so als wäre ein online Banner, TV-Spots, Prospekte oder Plakate miteinander vergleichbar! Ein Grundproblem der ganzen Branche und nicht nur in der Schweiz!**
- **Nur jede zehnte Kampagne wird auf Ihre Awareness-Effekte überprüft.** Die wenigsten kennen den ROI Ihrer Kampagnen!

Mit der MPE Wirkungsprognose stellen wir Euch unser ganzes Wissen, Daten und Know-How zur Verfügung. Auch erfahrene Marketingprofis werden begeistert sein. Und dies mit ein paar Klicks.

Was kann das Tool?

- 1. Umfassendster Intermedia Wirkungsvergleich + Social Media Kanäle**
- 2. Strategy: Testen der Wirkung sämtlicher Mediastrategien**
- 3. Prognose: Wirkungsprognose für bestehende Mediapläne**
- 4. Prognose des Awareness ROI pro Kanal!**
- 5. Einschätzung der Netto/Netto Mediakosten**

Datengrundlage

Strategy & Prognose	440 PostTests (Cross Media Kampagnen) mit jeweils Ø 500 Interviews von Personen 18 - 69 2015 bis Mrz 25 (D-, F- & I-CH)
Media Reichweiten & Akzeptanzwerte	6'222 Online-Interviews von Personen 18 – 69 Sep 24 bis März 25. Fehlerspanne +/- 1.3% (D-, F- & I-CH)

Hochkomplex aber simpel in der Bedienung! Sie haben es in zwei Minuten verstanden!

Einstellung Zielgruppenfilter & Werbegebiet

→ Öffnen Sie die Fenster Zielgruppenauswahl & Regionen

Zielgruppenauswahl, Regionen, Media-KPIs

Universum in TSD Personen 7'325

Zielgruppenauswahl ▼

Regionen ▼

→ Definieren Sie Ihre Zielgruppe & Werberegionen

Zielgruppenauswahl, Regionen, Media-KPIs

Universum in TSD Personen 407

Zielgruppenauswahl ^

GESCHLECHT ▼

ALTER ▼

KINDER IM HH ▼

KINDER 0 - 4 JAHRE ▼

KINDER 5 - 12 JAHRE ▼

KINDER 13 JAHRE & ÄLTER ▼

BILDUNG ▼

HHEK-BRUTTO ▼

Regionen

Deutsche Schweiz

- Zürich
- Bern
- Basel-Stadt
- Baselland
- Zug
- Luzern
- Obw., Nidw., Uri
- Aargau
- Solothurn

Französische Schweiz

- SG, AI & AR
- Thurgau
- Schaffhausen
- Glarus
- Graubünden
- Schwyz
- Genf
- Waadt
- Freiburg
- Neuenburg
- Wallis
- Jura

A1: über 15'000 CHF
 A2: 10'000 - 15'000 CHF
 B1: 8'000 - 9'999 CHF
 B2: 6'000 - 7'999 CHF
 C1: 4'000 - 5'999 CHF
 C2: bis 3'999 CHF
 keine Angabe

ALLE KEINER

Aktuelle Auswahl: Personen mit einem Haushaltseinkommen (Brutto) von mehr als 10'000 CHF mit Wohnsitz in den Kantonen ZH, BE & BS (Universum 407'000 Personen)

Sie erhalten Sie jeweiligen Reichweiten & Akzeptanzwerte

Media Kanäle Schweiz							
	Beachtungshäufigkeit von Werbung			Werbeakzeptanz <small>(sympathisch, eher sympathisch)</small>	* Reichweite unter Berücksichtigung des emotionalen Streuverlusts		
	täglich	mehrmals pro Woche	mehrmals pro Monat		täglich	mehrmals pro Woche	mehrmals pro Monat
TV nationale Sender	34,95%	72,42%	81,23%	59,01%	20,62%	42,74%	47,94%
TV regionale Sender	17,33%	53,18%	62,85%	61,68%	10,69%	32,80%	38,77%
Radio	28,58%	64,50%	71,08%	55,81%	15,95%	35,99%	39,67%
Youtube	29,87%	68,96%	79,52%	40,53%	12,11%	27,95%	32,23%
Internet / Websites & Portale	52,83%	86,35%	90,17%	46,07%	24,34%	39,78%	41,54%
Suchmaschinen	56,45%	85,25%	88,45%	44,22%	24,96%	37,70%	39,12%
Soziale Medien	46,09%	61,96%	67,24%	70,14%	32,33%	43,46%	47,17%
Smartphone	63,07%	83,79%	87,50%	46,00%	29,01%	38,54%	40,25%
Plakate auf der Strasse	33,87%	78,57%	83,75%	73,36%	24,85%	57,64%	61,44%
Plakate in Bahnhöfen	15,19%	59,82%	70,54%	70,49%	10,71%	42,17%	49,72%
Plakate in Shopping Centern	11,39%	52,90%	67,94%	66,95%	7,62%	35,42%	45,48%


Social Media Kanäle							
	Beachtungshäufigkeit von Werbung			Werbeakzeptanz <small>(sympathisch, eher sympathisch)</small>	* Reichweite unter Berücksichtigung des emotionalen Streuverlusts		
	täglich	mehrmals pro Woche	mehrmals pro Monat		täglich	mehrmals pro Woche	mehrmals pro Monat
Facebook	45,19%	60,74%	65,93%	62,66%	28,31%	38,06%	41,31%
Instagram	39,26%	59,26%	64,44%	63,91%	25,09%	37,87%	41,18%
LinkedIn	14,81%	40,00%	49,63%	57,68%	8,55%	23,07%	28,63%
Snapchat	11,85%	25,19%	31,85%	46,53%	5,51%	11,72%	14,82%

* Wenn Werbung als störend empfunden wird, wirkt sich dies negativ auf den Ad-Recall aus. Reichweite x Akzeptanz = RW inkl. emotionaler Streuverlust

Validierung bestehender Mediapläne

Wechseln Sie unten links in den Bereich WIRKUNGSPROGNOSE

Universum in TSD		407	Geschlecht
ZIELGRUPPE & REGION	STRATEGY	WIRKUNGSPROGNOSE	



Beispiel Case

Nehmen wir an, Ihre Media-Agentur hat eine Image Kampagne für Sie geplant. Ihre aktuelle Markenbekanntheit (gestützt) liegt bei 30%. Ziel der Kampagne ist die Steigerung der Markenbekanntheit auf 60%. Werbegebiet Kantone ZH, BE und BS

Ihre Agentur erstellt einen Mediaplan mit folgenden Angaben

Kanal	Kosten in CHF	Reichweite	OTS	GRP
Social Media (Paid Ads)	21'506	81%	12.9	1'042
Display Kampagne	30'079	60%	12.3	743
OOH Strasse	122'646	62%	14.1	876
OOH Bahnhöfe	45'646	60%	13.3	795
OOH Shopping Center	40'415	54%	14.5	789
Gesamtkosten	260'292			

Übertragen Sie die Angaben zu Kosten, Reichweite und OTS (Ø Kontakte) in das Prognose Tool!

>>

Sie erhalten die Awareness Prognose

Media Kanäle Schweiz ZURÜCKSETZEN

Angaben zur Simulation der gestützten Markenbekanntheit

Marktsättigung
5

Werbedruck der Mitbewerber
5

Interesse am Produkt
5

Aktuelle Markenbekanntheit (gestützt)
30 %

Sympathiewert des Werbemittels
60 %

Markenbekanntheit (gestützt)
52%

	Media Kosten	RW in %	OTS	GRP	TKP	Werbe-Awareness	CPA
Youtube							
Internet / Websites & Portale	42889	65	15	975	10,8	7%	6'213
Suchmaschinen							
Soziale Medien	24566	72	14,5	1'044	5,78	10%	2'531
Smartphone							
Plakate auf der Strasse	133646	62	14,1	874	37,53	26%	5'215
Plakate in Bahnhöfen	47980	60	13,3	798	14,76	22%	2'135
Plakate in Shopping Centern	41415	54	14,5	783	12,98	21%	1'979
Digitale Plakate							
Screens in Bus & Tram							
Total	290'496	100%	44,74	4'474,2	0	54%	5'424

Ergebnis

Das Ziel (60% Markenbekanntheit) wird mit dem vorgeschlagenen Mediamix nicht erreicht! Die höchste Werbeerinnerung wird mit OOH-Street generiert.

Erklärung CPA

Der CPA (Cost per Awareness) gibt an, wie hoch die Kosten pro %-Punkt Ad-Awareness ausfallen. Demzufolge ist OOH-Shopping der kosteneffizienteste Kanal!

Alternative Media Strategien testen

Wechseln Sie unten links in den Bereich **STRATEGY**

Universum in TSD | 407 | Geschlecht
 ZIELGRUPPE & REGION | **STRATEGY** | WIRKUNGSPROGNOSE

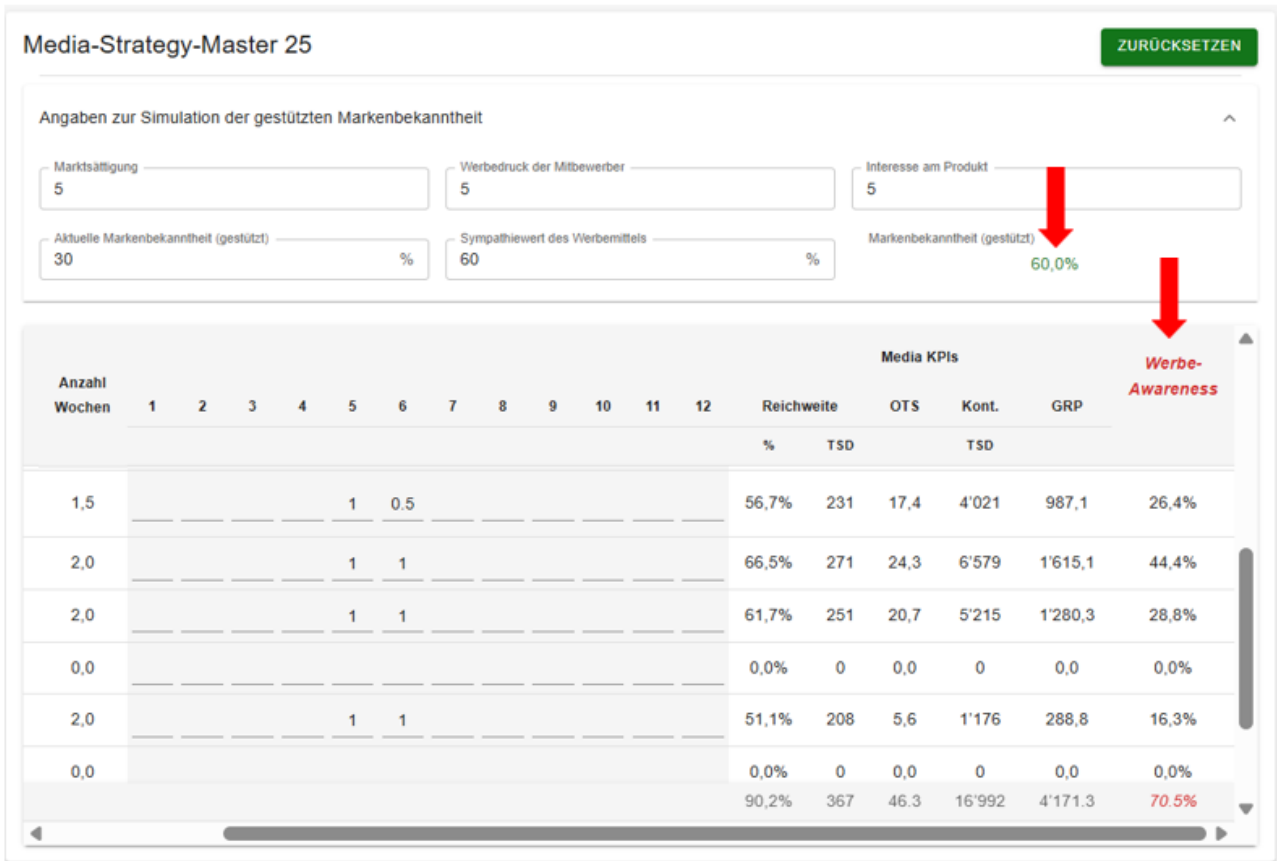
Media-Strategy-Master 25 ZURÜCKSETZEN

Angaben zur Simulation der gestützten Markenbekanntheit

Marktsättigung: 5 | Werbedruck der Mitbewerber: 5 | Interesse am Produkt: 5
 Aktuelle Markenbekanntheit (gestützt): 30 % | Sympathiewert des Werbemittels: 60 % | Markenbekanntheit (gestützt): 60,0%

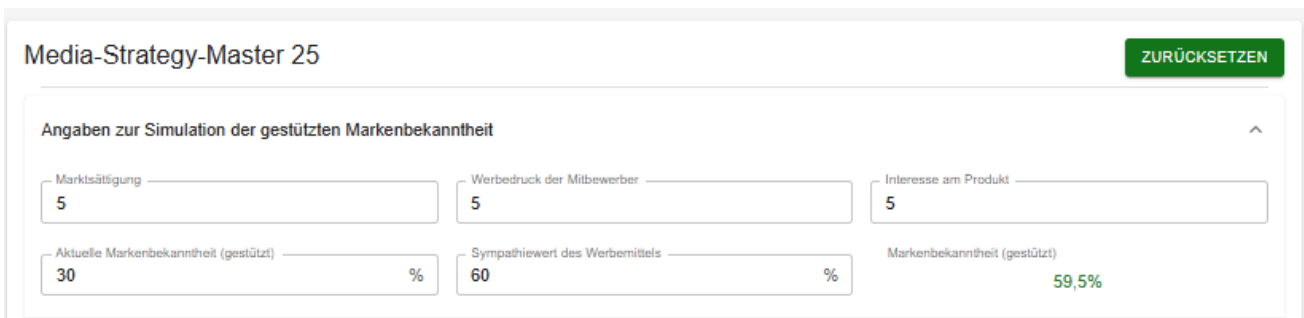
	Media Kosten	Anzahl Wochen	Media KPIs															
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Reichweite %	OTS TSD	Kont. TSD	
Soziale Medien	0	0,0													0,0%	0	0,0	0
Smartphone	0	0,0													0,0%	0	0,0	0
Plakate auf der Straße	0	0,0													0,0%	0	0,0	0
Plakate in Bahnhöfen	0	0,0													0,0%	0	0,0	0
Plakate in Shopping Centern	50'518	1,5					1	0,5							56,7%	231	17,4	4'021
Digitale Plakate	121'584	2,0					1	1							66,5%	271	24,3	6'579
Screens in Bus & Tram	62'358	2,0					1	1							61,7%	251	20,7	5'215
Screens Postfiliale	0	0,0													0,0%	0	0,0	0
Digitale Plakate Tankstellen	20'904	2,0					1	1							51,1%	208	5,6	1'176
Total	255'363														90,2%	367	46,3	16'992

Wenn Sie im Kalenderfeld eine 1 eintragen, erhalten Sie die Kosten sowie Leistungswerte für die Kampagnendauer von einer Woche. Anstelle einer 1 können Sie Werte von 0.1 – 1 eintragen, um die Kampagne auf Ihr Budget abzustimmen.



Neben den üblichen Media KPI's erhalten Sie eine Prognose der Ad-Awareness. Sowie die Entwicklung der Markenbekanntheit!

By the way: Diese Variante würde (mit geringeren Kosten) das Ziel von 60% Markenbekanntheit erreichen! Hier können Sie die Effekte jeder denkbaren Strategie überprüfen!



Im oberen Teil sind die Einstellungen für Ihr Marktumfeld, welche sich auf den Ad-Recall auswirken. Marktsättigung, Werbedruck der Mitbewerber, Interesse am Produkt: 1 = sehr niedrig, 10 = sehr hoch Sympathiewert des Werbemittels: Hier lautet die Frage: Wie sympathisch finden Sie die Werbung? Der Benchmark liegt bei 60%.

WICHTIG!

- **Sie können die Einstellungen «Zielgruppe & Region» jederzeit ändern und alle Werte werden neu berechnet.**
- Das Laden der Zielgruppen-Daten kann jedoch bis zu 30 Sek. dauern! Bitte warten Sie mit Ihren Dateneingaben, bis dieser Vorgang abgeschlossen ist.

Datenexport

Anstelle einer Export-Funktion können Sie die Daten via Copy Paste bequem in ein Excel File übertragen

Zugang & Kosten

Eine uneingeschränkte 12 Stunden Lizenz kostet für Direktkunden 1'990 CHF (exkl. MWST). Eine Wirkungsprognose mit Strategieempfehlung erstellen wir für 900 CHF. Preis für Agenturen auf Anfrage.

Nach Bedarf führen wir Sie persönlich ein.

Lizenz bestellen: Schreiben Sie uns kontakt@diemarktforscher.org

Kontakt

Thorsten Stutzmann & Team

M: kontakt@diemarktforscher.org

P: 079 697 21 85

dieMarktforscher.org

Hauptstrasse 45

Postfach 26

CH-8762 Schwanden