FOKUS STATT STREUBÜCHSE:
MIT MEDIA ANALYTICS DEN WERBEERFOLG MESSEN

Dr. Marcus Dill

6. Workshop Open Source Business Intelligence

5. März 2015 – Hochschule Offenburg

mayato

NEU!
2. Auflage

Peter Neckel – Beratungsleiter Analytics bei mayato

Business Intelligence

Analytics

Standorte: Berlin, Bielefeld, Mannheim und Wien

GREAT PLACE TO WORK®
BESTE ARBEITGEBER ITK 2014
TOP CONSULTANT IT-Berater 2014|15
kununu TOP COMPANY VON MITARBEITERN EMPFOHLEN!
kununu OPEN COMPANY WIR LEBEN OFFENHEIT!

Bei diesen und vielen weiteren Firmen haben unsere Mitarbeiter Projekte durchgeführt

mayato®

Commerzbank | BMW Financial Services | Vattenfall Europe | Volkswagen | BMW Group | SAS Institute | 9flats.com | Intersport | Sanoma | ITERGO | GASAG | AXA | DAK | Trilux | Daimler | Weltbild | JustBook | Munich RE | SAP Polen | Continental | KILN (Lloyds) | HSH Nordbank | The Phone House | Daimler Financial Services | Bayer | Hanseatic Bank | Erste Abwicklungsanstalt (WestLB) | Volkswagen Financial Services | Berner | Wüstenrot & Württembergische | Stiegelmeyer | Bombardier Transportation | Mercedes Benz Bank | GKV Spitzenverband | PE International | SAS Austria | Homanit | swb AG | FileTek | Unister | Deutsche Hochschule der Polizei | adidas | SAP Spain | Stute | Forest Labs | Brose | SAP AG | Vodafone | Provinzial | Allianz RE | sIT Solutions AT | Siemens Healthcare | Aggerverband | Erste Group Bank AG | SV SparkassenVersicherung | European Commodity Clearing | Landesamt für Geoinformation BW | Göbber | EvoBus | Telefonica | Continental | Microsoft | Vaillant | Kimberly-Clark |

In Ihren **DATEN** schlummern **SCHÄTZE** ...

... die Sie aktuell **NICHT** nutzen!

Welcher Teil Ihres **Marketingbudgets verpufft** ohne Ergebnis?

Wann wird Ihre **IT-Infrastruktur** das nächste Mal **angegriffen**? Und **wie**?

Welche Ihrer Maschinen
wird als nächstes **ausfallen**?
Und **wann**?

"**Welcher** Bereich Ihres Unternehmens wird nächstes Jahr seine **Ziele verfehlen**?"

Das kann niemand voraussagen ?!

DATEN

Zusammenhänge
Prognosen
Handlungs-
empfehlungen
mayato
mayato

MEDIA ANALYTICS

WUNSCH	WIRKLICHKEIT
Klare Ziele	Unklare Ausrichtung
Selbstkritik & Ehrlichkeit	Erfahrungswerte dominieren („Machen wir schon immer so“)
Systematik & Gründlichkeit	Dominanz von Kreativität und Bauchent-scheidungen
Kosteneffizienz & Fokussierung	„50%“ „Viel hilft viel“

Marketing Budget

Marketingziele

- Umsatz
- Website-Registrierung
- Response
- App-Nutzung
- ...

Werbeträger im Marketing

Marketing Budget

TV

Radio

Print/Plakat

Website/AdWords

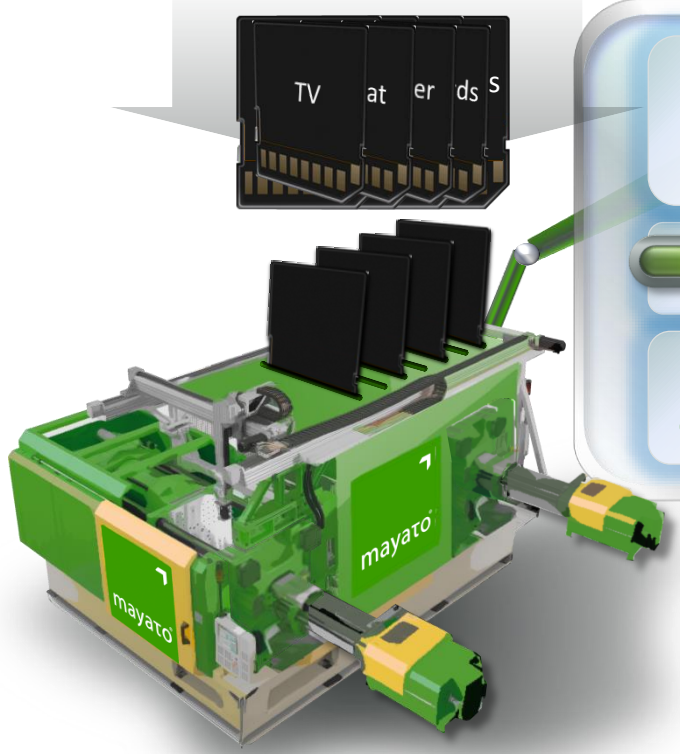
Banner

App

- Umsatz
- Website-Registrierung
- Response
- App-Nutzung
- …

10 Mio € Budget
Werbeträger im Marketing
TV
TV-Sender
Wochentag
Stunde
Spot-Format
Anzahl Spots
Sehbeteiligung
...
Radio
Reichweite
Wochentag
Stunde
Radiosender
Programmumfeld
Spot-Format
...
Print/Plakat
Print-Kategorie
Titel/Ausgabe
Platzierung
Zeitraum
Plakatanschlagstelle
Plakatformat
...
Website/AdWords
Anzahl Kampagnen
AdWord-Kampagne
Landing Pages
Version/Inhalt Site
Newsletter
Social Media Präsenz
...
Banner
Zeitraum
Typ
Bannerformat
Targeting
Sonderwerbeform
Impressions
...
App
Preismodell
Mobile Advertising
Kategorie/Ranking
Zugangsbedingungen
Push-Mitteilungen
Gutscheine
...
Umsatz
Website-Registrierung
Response
App-Nutzung
...

Daten



Wirkungszusammen-
hänge zwischen
Werbeträgern ✓

Handlungs-
empfehlungen ✓

Werbeträger im Marketing
10 Mio € Budget
TV
RTL
Donnerstag
16-18 Uhr
Spot-Format
3 x pro Tag
Sehbeteiligung
...
TV
Donnerstag
Mo
Di
Mi
Do
Sa
So
BEISPIEL 1
Umsatz
Website-Registrierung
Response
App-Nutzung
...

Werbeträger im Marketing
TV
Radio
Print/Plakat
Website/AdWords
App
BEISPIEL 2
mayato
10 Mio € Budget
Umsatz
Website-Registrierung
Response
App-Nutzung
...

Werbeträger im Marketing
10 Mio € Budget
TV
TV-Sender
Wochentag
Stunde
Spot-Format
Anzahl Spots
Sehbeteiligung
...
Radio
Reichweite
Wochentag
Stunde
Radiosender
Programmumfeld
Spot-Format
...
Print/Plakat
Print-Kategorie
Titel/Ausgabe
Platzierung
Plakatanschlagstelle
Plakatformat
...
Website/AdWords
Anzahl Kampagnen
AdWord-Kampagne
Landing Pages
Version/Inhalt Site
Newsletter
Social Media Präsenz
...
Banner
Zeitraum
8-10:30 Uhr
mayato
App
Preismodell
Mobile Advertising
Kategorie/Ranking
Zugangsbedingungen
In-Stream Video Ad
Gutscheine
...
Umsatz
Website-Registrierung
Response
App-Nutzung
...

9flats.com

1 Jahr Werbung

… mit **unklarem** Erfolg

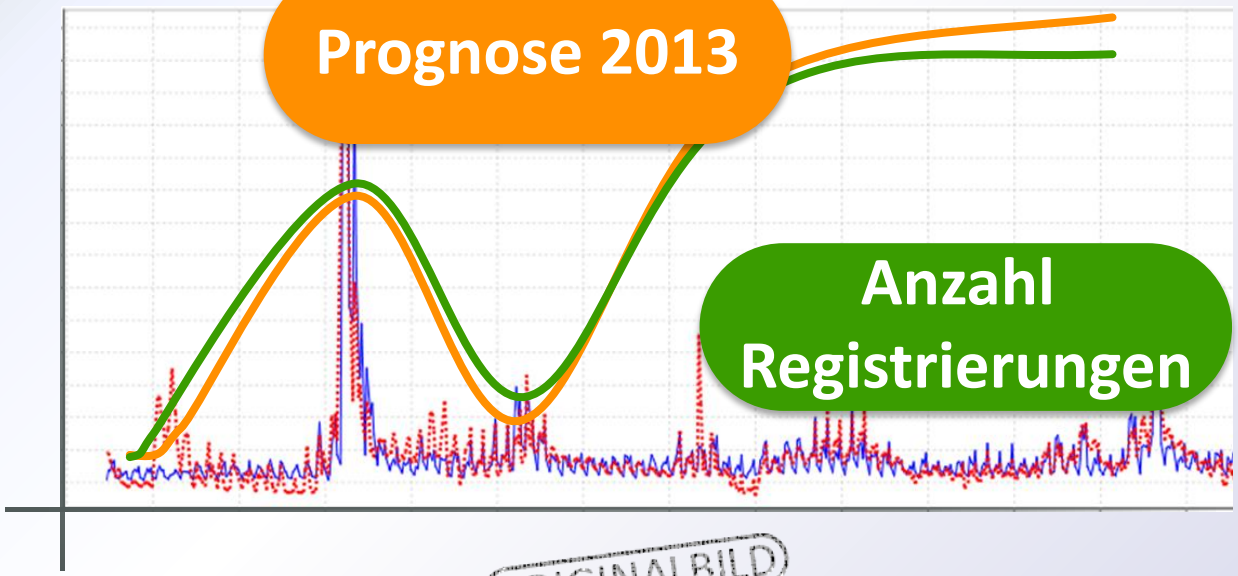
Prognose:

Prognose 2012
Buchungsanfragen
Tatsächliche Buchungsanfragen
Anzahl Buchungsanfragen
ORIGINALBILD

Prog

Prognose 2013

Tatsächliche Registrierungen



MEDIA ANALYTICS = KREATIVITÄT++

Analyse

- Zusammenhänge verstehen (auch Cross Media)
- Erfolgsfaktoren und Einflussgrößen erkennen
- Wirksamkeit von Einzelmaßnahmen und Maßnahmenbündeln messen

Prognose

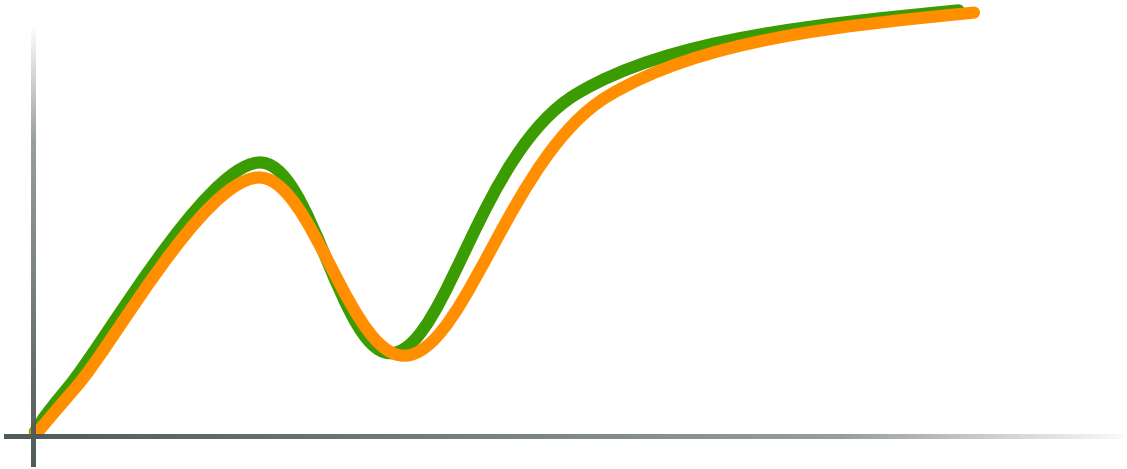
- Werbeerfolg vorhersagen und Kontrollmöglichkeiten schaffen
- Budgets zur Erreichung strategischer Ziele effizient einsetzen
- Systematisch Verbesserungen erzielen

Simulation

- Kampagnen simulieren
- Maßnahmenauswahl und Media Mix optimieren
- Werbeerfolg steigern

Unser Anspruch:

Was wir voraussagen …



… soll auch eintreffen!

VIELEN DANK!