



G+J e|MS-TARGETING IM ÜBERBLICK

DATA DRIVEN SOLUTIONS FÜR JEDE ZIELSETZUNG

Februar 2019

G+J e|MS-TARGETING IM ÜBERBLICK – DATA DRIVEN SOLUTIONS FÜR JEDE ZIELSETZUNG

Die Data Driven Solutions-Pakete von G+J e|MS beinhalten diverse Targeting-Produkte aus den Bereichen STANDARD und PREMIUM, die auch untereinander zu relevanten Zielgruppen kombiniert werden können. Die Weiterverarbeitung von eigenen 1st Party-Daten und die gezielte Auswahl von starken Datenpartnern setzt hohe Qualitätsstandards in den Bereichen Online, Mobile, xDigital.

STANDARD

- Technisch (OL | MEW | App)*
- Geografie (OL | MEW | App)
- Wetter (OL | MEW)
- Soziodemografie (OL | MEW)
- Predictive Behavioral (OL | MEW)
- Heavy User (OL | MEW)
- Re-Targeting In-Page | In-Page & In-Stream (OL | MEW)

PREMIUM

- Kombinationen
- Keyword (OL | MEW)
- Kontextuell (OL | MEW)
- Smart Groups (OL | MEW)
- Individuell (OL | MEW)

INDIVIDUALITÄT,
SERVICELEVEL
& BERATUNGS-
LEISTUNG
erhöhen sich
im Premium-
Segment

G+J e|MS-TARGETING IM ÜBERBLICK – DATA DRIVEN SOLUTIONS FÜR JEDE ZIELSETZUNG



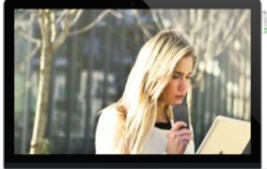
STANDARD

- **Technisches Targeting:**
Bandbreite (DSL, WiFi) | Betriebssystem (Android, iOS) | Browser (Chrome, Firefox, IE) | Frequency Capping | Geräte-Hersteller (Apple, LG, Samsung) | Geräte-Kategorie (Desktop, Tablet, Smartphone, Connected TV) | Geräte-Typ (z.B. Apple iPhone XR, Huawei P20 Pro) | Uhrzeit | Wochentag
Mobile-only: Akku-Stand (%) | App-Traffic | Carrier (o2, T-Mobile, Vodafone) | Ladekabel (Anschluss: ja/nein) | Kopfhörer (Anschluss: ja/nein) | Verbindungsmodus (3G, WLAN)
- **Geografie:** Länder | Bundesländer | Städte | PLZ-Gebiete
- **Wetter:** Wetterlagen (Sonne, Bewölkung, Regen, Schnee) | Temperaturen (°C)
- **Soziodemografie:** Alter | Berufliche Situation (Angestellte, Beamte, berufstätig, selbständig) | Bildung | Familienstand | Geschlecht | HH-Größe | HHNE | Status (Azubi, HH-Führer, Rentner, Schüler, Student) u.a.
- **Predictive Behavioral:** Interessen (an Auto, Beauty, Mode, Sport etc.)
- **Heavy User:** User, die bestimmte Seiten des Portfolios in verstärkter Frequenz besuchen, werden anhand ihrer Interessen Affinitätsbereichen zugeordnet (ausschließlich auf Bewegungsdaten basierend)
- **Re-Targeting In-Page | Re-Targeting In-Page & In-Stream:** werbliche Wiederansprache von Usern – sowohl display-only als auch display-bewegt-bild-übergreifend

PREMIUM

- **Kombinationen:** verschiedene Targeting-Produkte aus den Bereichen STANDARD und PREMIUM kombiniert nach Bedarf
- **Keyword:** vielfältige Wort-Kombinationen bestehend aus generischen Bad Words (Gewalt, Krieg, Terror u.a.), kundenindividuellen Negativbegriffen (z.B. Explosion, Flugzeugabsturz) und/oder positiven Keywords (Last Minute, Reise, Urlaub etc.)
- **Kontextuell:** vielfältige Wort-Kombinationen (sh. Keyword) in Kombination mit spezifischen Artikel-Kategorien (z.B. Food & Drink, Healthy Living, Shopping, Sports, Style & Fashion, Medical Health, Travel)
- **Smart Groups:** marketingrelevante, vordefinierte Zielgruppen basierend auf 1st & 3rd Party-Daten – modelliert durch Inhouse-Data-Spezialisten (keine zusammengesetzten Targeting-Segmente); Abbildung in Form von Personas mit eigenem Profil, Hobbies und Einstellung; aktuell buchbare Smart Groups: Fitness Foodies | Interior Designers | Power Women | Smart Homies | Young Professionals | xMas Shopper | Easter Baking & Cooking Lovers | Easter DIY Fans
- **Individuelles Targeting:** kundenindividuelle, passgenaue Zielgruppen basierend auf 1st & 3rd Party-Daten – modelliert durch Inhouse-Data-Spezialisten in enger Abstimmung mit dem Kunden (keine zusammengesetzten Targeting-Segmente)

PREMIUM-TARGETING – BEST IN CLASS JE ZIELSETZUNG

	 <p>OPTIMIERTE REICHWEITE</p>	 <p>PASSENDER CONTENT</p>	 <p>KOMPLEXE ZIELGRUPPEN</p>	 <p>EIGENE LÖSUNG</p>
<p>Ziel:</p>	<p>HEAVY USER</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kombination aus Reichweite und nachgewiesenem Nutzerinteresse • Ausspielung in der Full Reach-Rotation basierend auf User-Affinitäten • Programmatic Focus 	<p>KONTEXTUELLES TARGETING</p> <ul style="list-style-type: none"> • Optimaler Fit zwischen Werbemittel-Content und Umfeld • Ausspielung basierend auf Keywords im Content und in adäquaten Umfeld-Kategorien • Personal Data Independence 	<p>SMART GROUPS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketingrelevante, vordefinierte Zielgruppen basierend auf 1st & 3rd Party-Daten • Modelliert durch Inhouse-Data-Spezialisten 	<p>INDIVIDUELLES TARGETING</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kundenindividuelle, passgenaue Zielgruppen basierend auf 1st & 3rd Party-Daten • Modelliert durch Inhouse-Data-Spezialisten in enger Abstimmung mit dem Kunden