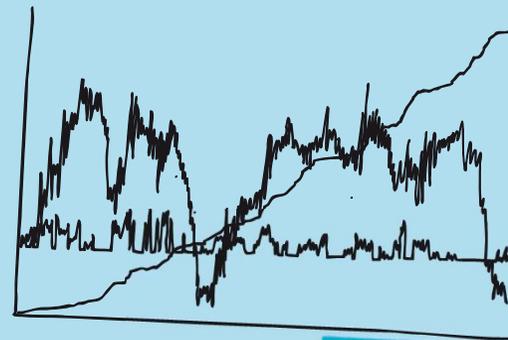


b/t best for tracking.

b/p best for planning.



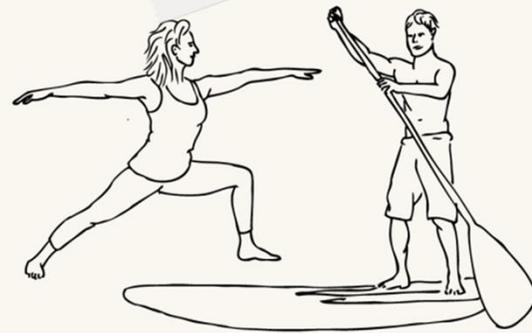
Daten sinnvoll
verbinden!



Alles wird immer komplexer



Technologie



Freizeit



Politik



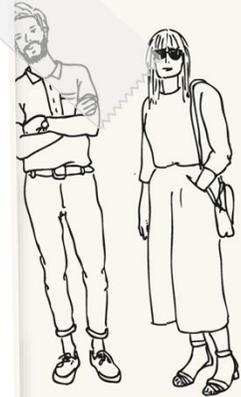
Mode

Alles wird immer komplexer



Te

DESHALB SEHNEN
WIR UNS MEHR DENN JE
NACH EINFACHHEIT



Mode

Um Komplexität zu reduzieren
denken wir verstärkt in ...



Wir teilen die Menschen ein in...



Fashionista



Nerds



Wutbürger



Konsumverweigerer



Weltverbesserer

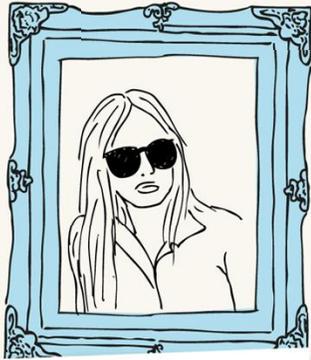


Vegner



Ballermannurlauber

Und es funktioniert unser Clustersystem



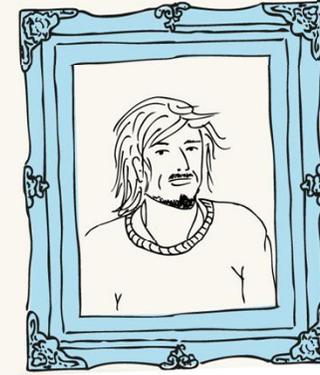
Fashionista



Nerds



Wutbürger



Konsumverweigerer



Weltverbesserer

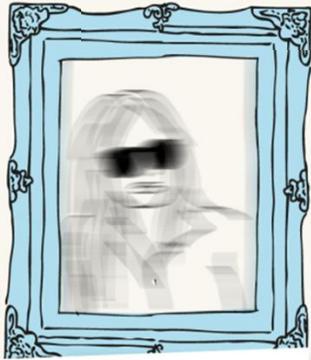


Vegner



Ballermannurlauber

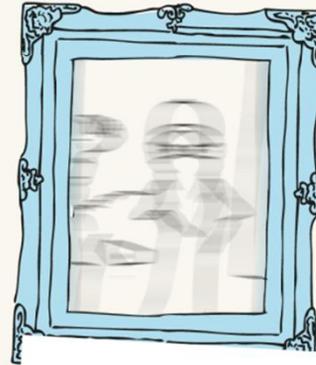
Aber so klar sind diese Typen nicht



Fashionista



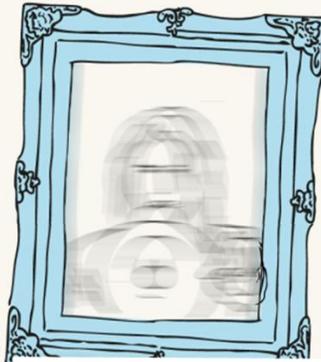
Nerds



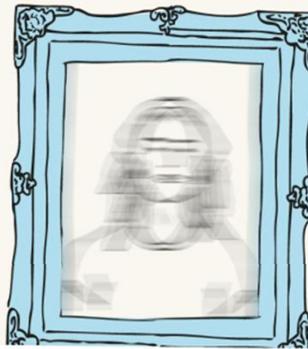
Wutbürger



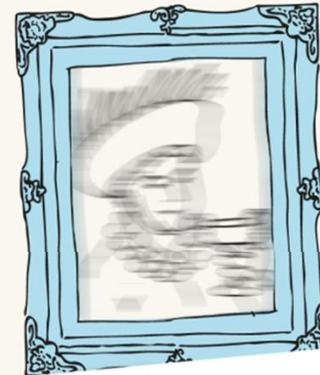
Konsumverweigerer



Weltverbesserer



Vegner



Ballermannurlauber

WIR
SIND

NICHT
ENTWEDER ODER

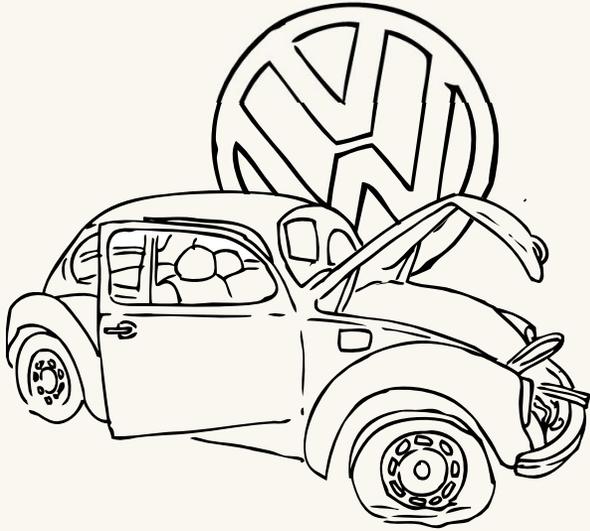


WIR
SIND

MEHR SOWOHL
ALS AUCH



Auch die Sicht auf Deutschland ist
ambivalent



Wir sind alle zur
Ambivalenz verdammt

JA



NEIN

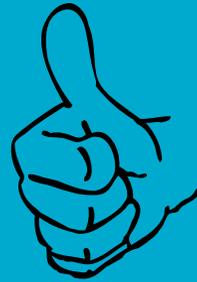


Wir sind alle zur
Ambivalenz verdammt

JA

JEIN

JA
NEIN



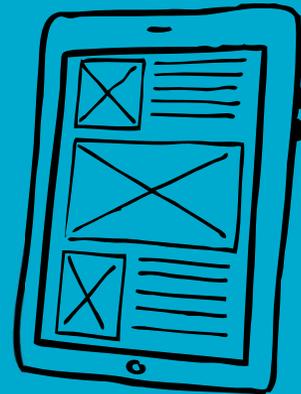
Und wir trennen nicht mehr zwischen
analog und digital



Print



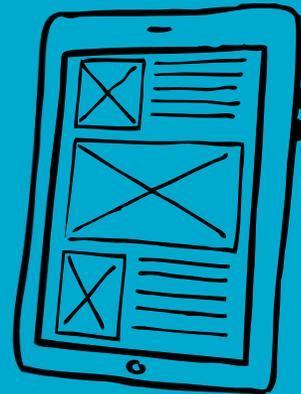
Digital



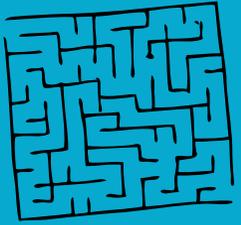
Und wir trennen nicht mehr zwischen
analog und digital



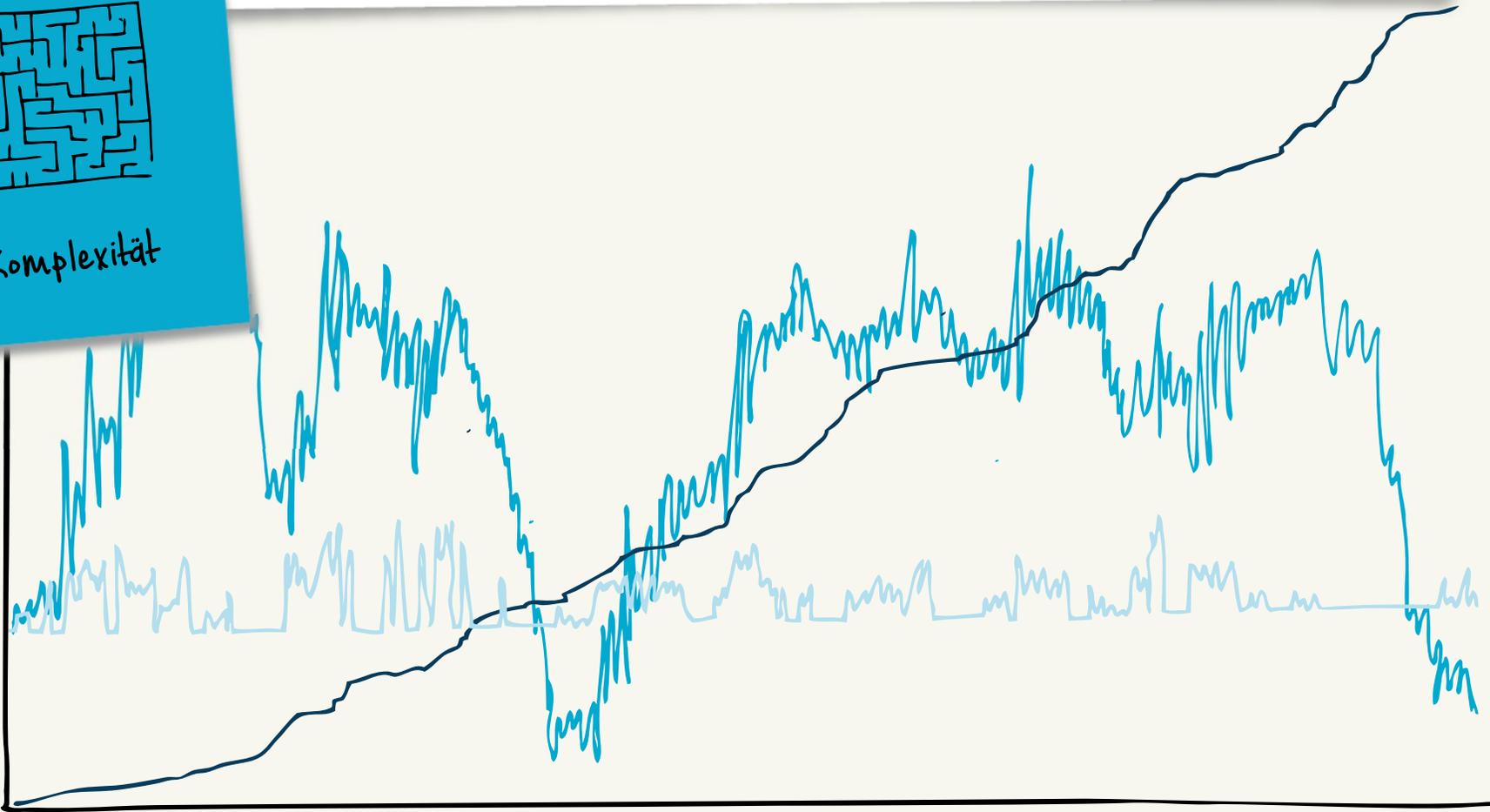
Print + Digital



Diese Komplexität muss ein Tool
auch messen können



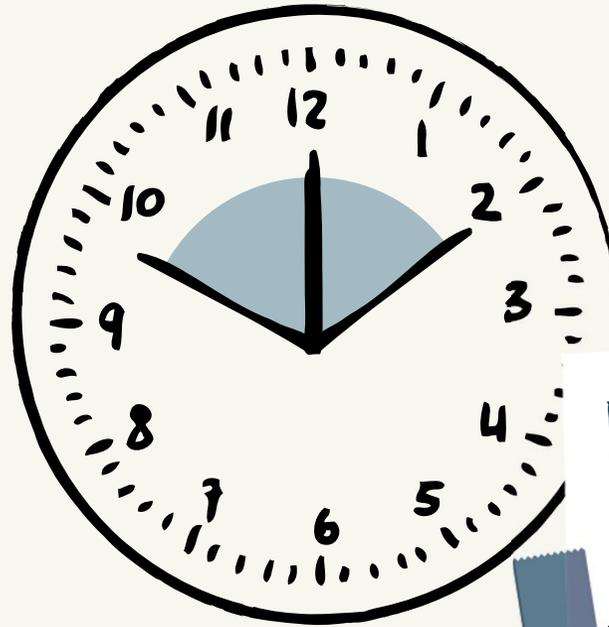
Komplexität



Unsere Tools

b4p best for
planning.

Fokus: Insights zu Märkten und
Zielgruppen sowie Media-Planung



b4t best for
tracking.

Fokus: Werbewirkungsforschung für
Marken und Kreation

b4p steuert Millionen von Datenpunkten zur Erkenntnisgewinnung bei!

30177
Personen/Jahr



27
Zielgruppen Modelle



10 Branchen
mit **2400**
Marken

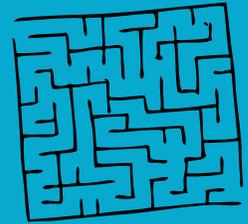
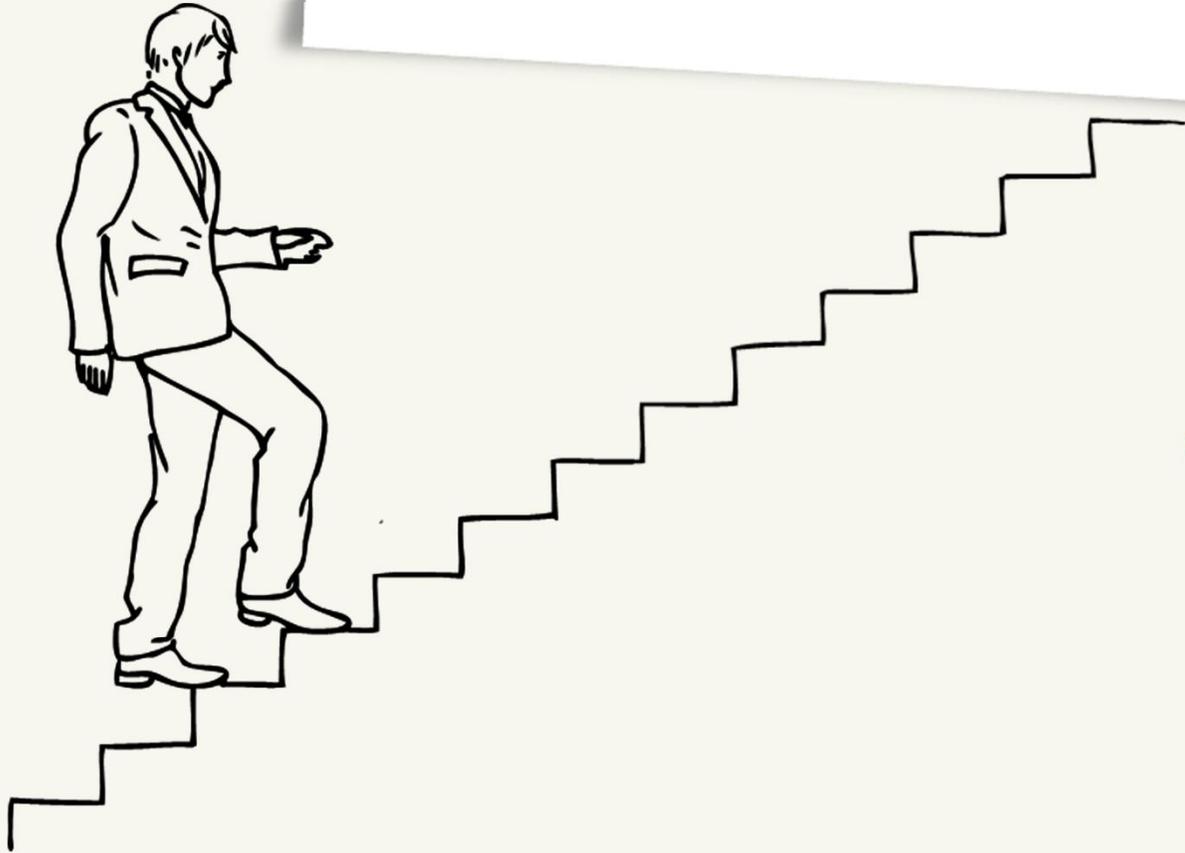


6 Kanäle



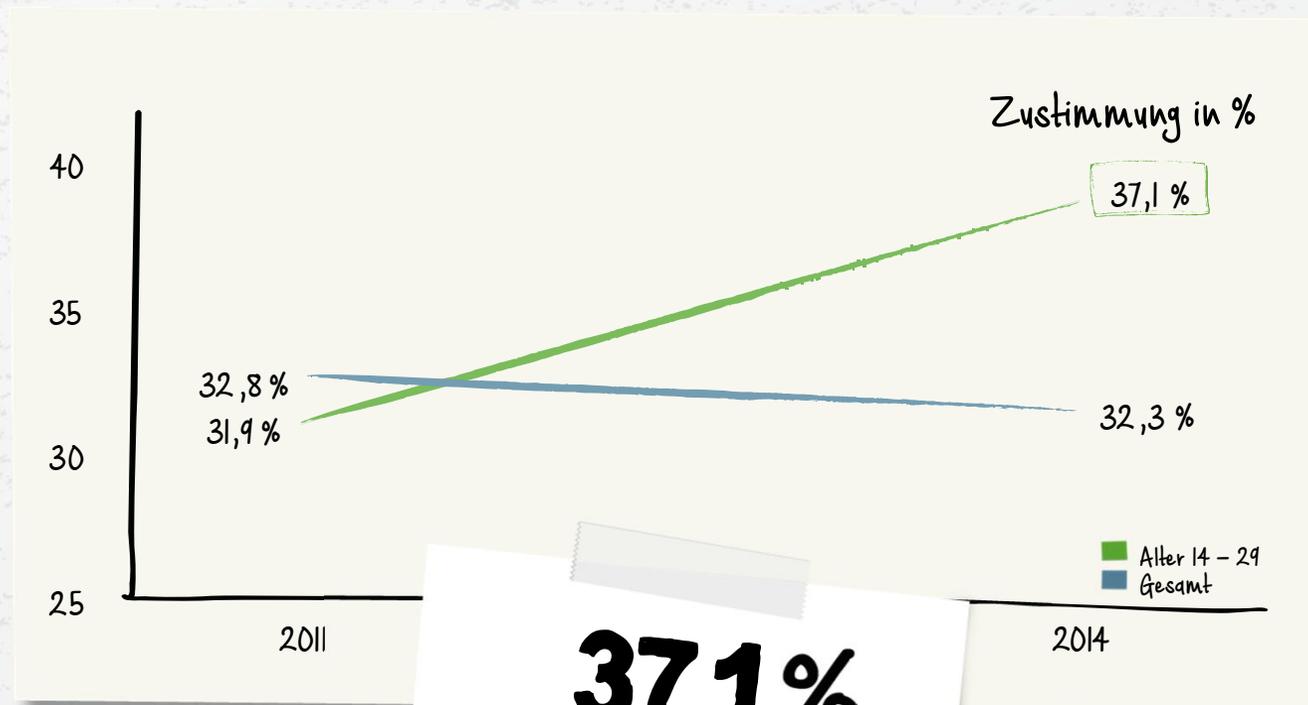
b4p best for
planning.

Wie gehen Menschen damit um?



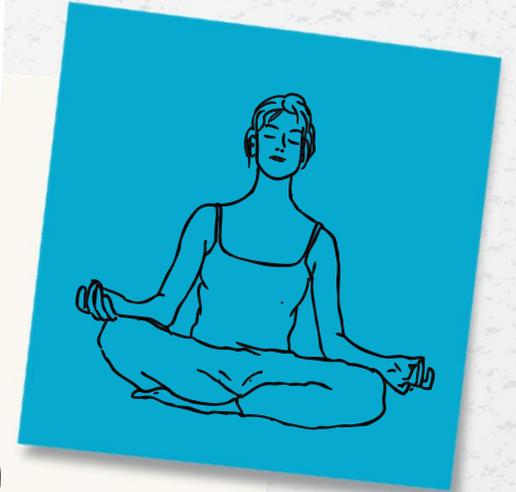
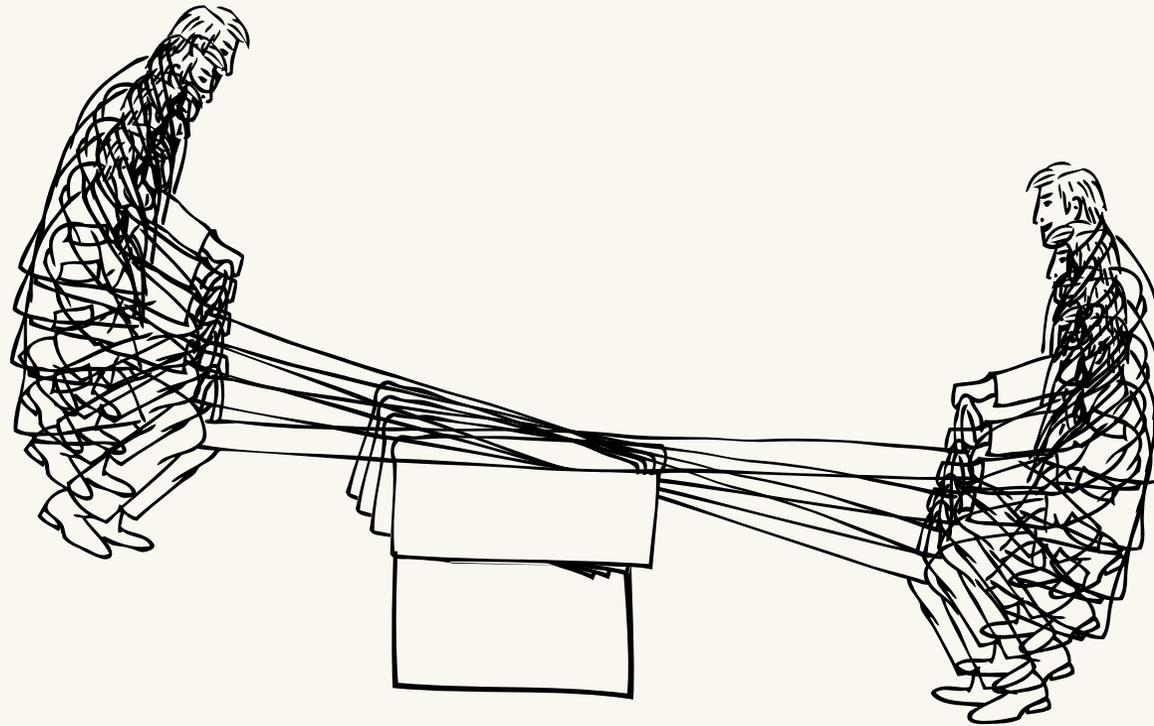
Komplexität

"Die Vielfalt und Schnelligkeit von täglichen Informationen in der gesamten Medienlandschaft überfordert mich"

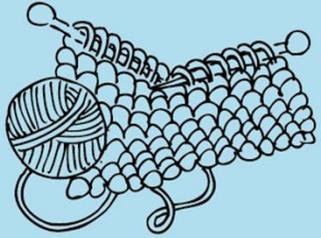


37,1%
Fühlen sich überfordert

Was bedeutet das für uns?

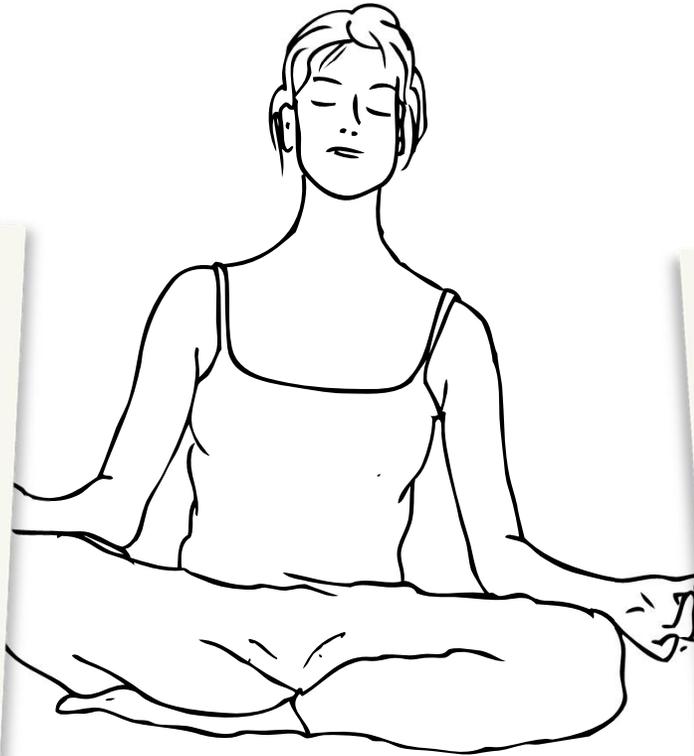


Wie gleichen Menschen die Komplexität in der Freizeit aus?



Stricken / Nähen

+ 24%



Kochen / Backen

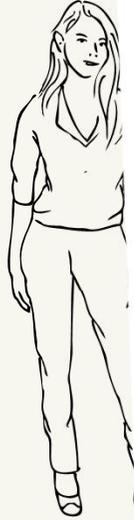
+ 33%



Großer Trend: Die Gemeinschaft



Großer Trend:
Die Gemeinschaft



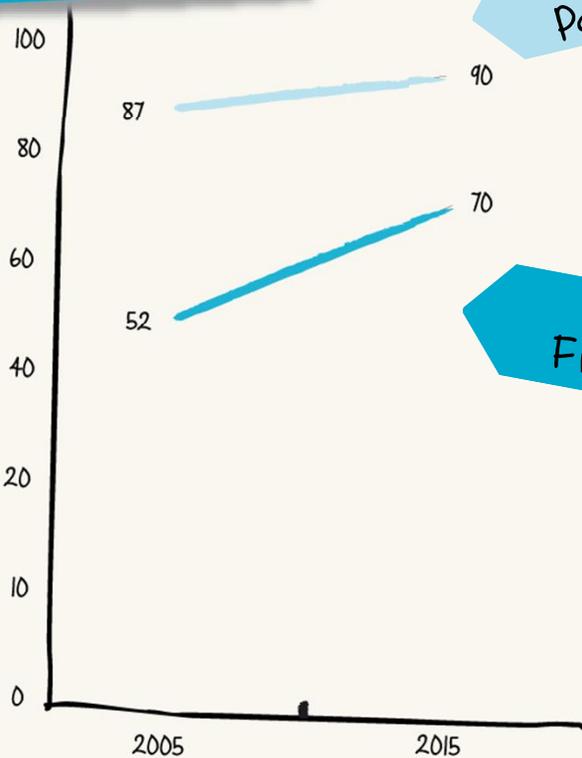
WIR



Die neue WIR-Kultur wird auch sichtbar in b4p



Persönliche Ebene

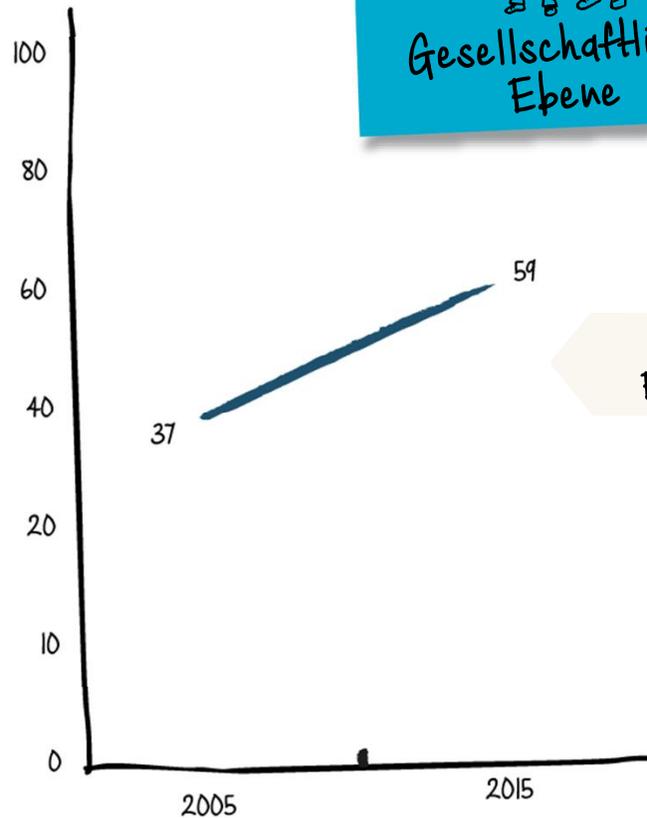


Familie,
Partnerschaft

großer
Freundeskreis

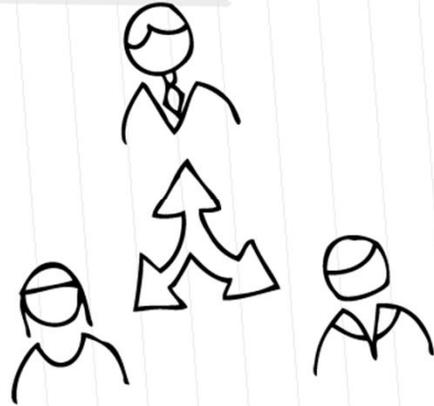


Gesellschaftliche
Ebene

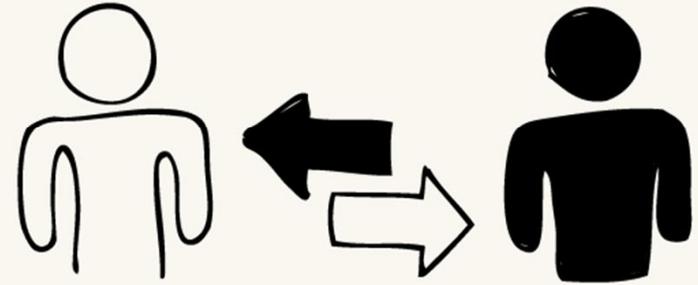


Soziales
Engagement

Das WIR im Businessmodell



Share Economy



Collaborative Marketing



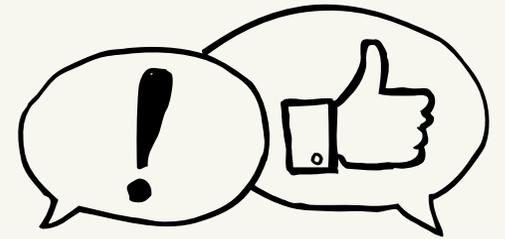
open source



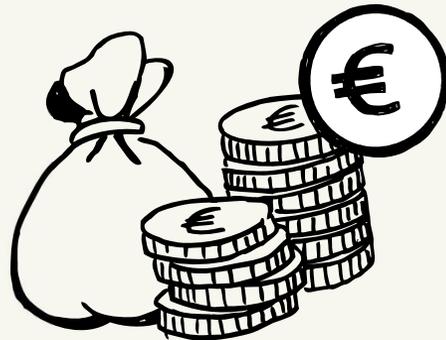
Komplexität auch in der Medienvielfalt

MEDIA ≠ MEDIA

OWNED =
alles, was die
Marke an
Inhalten selber
produzieren kann



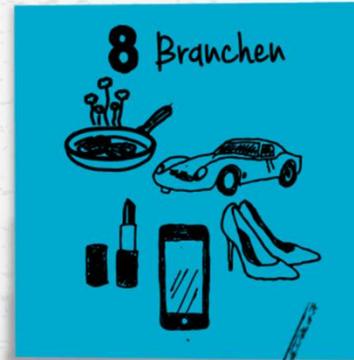
EARNED =
alles, was die
Marke sich an
Kommunikation
verdienen kann



PAID =
alles, was
man bezahlen
kann



b4t steuert Millionen von Datenpunkten zur Erkenntnisgewinnung bei!

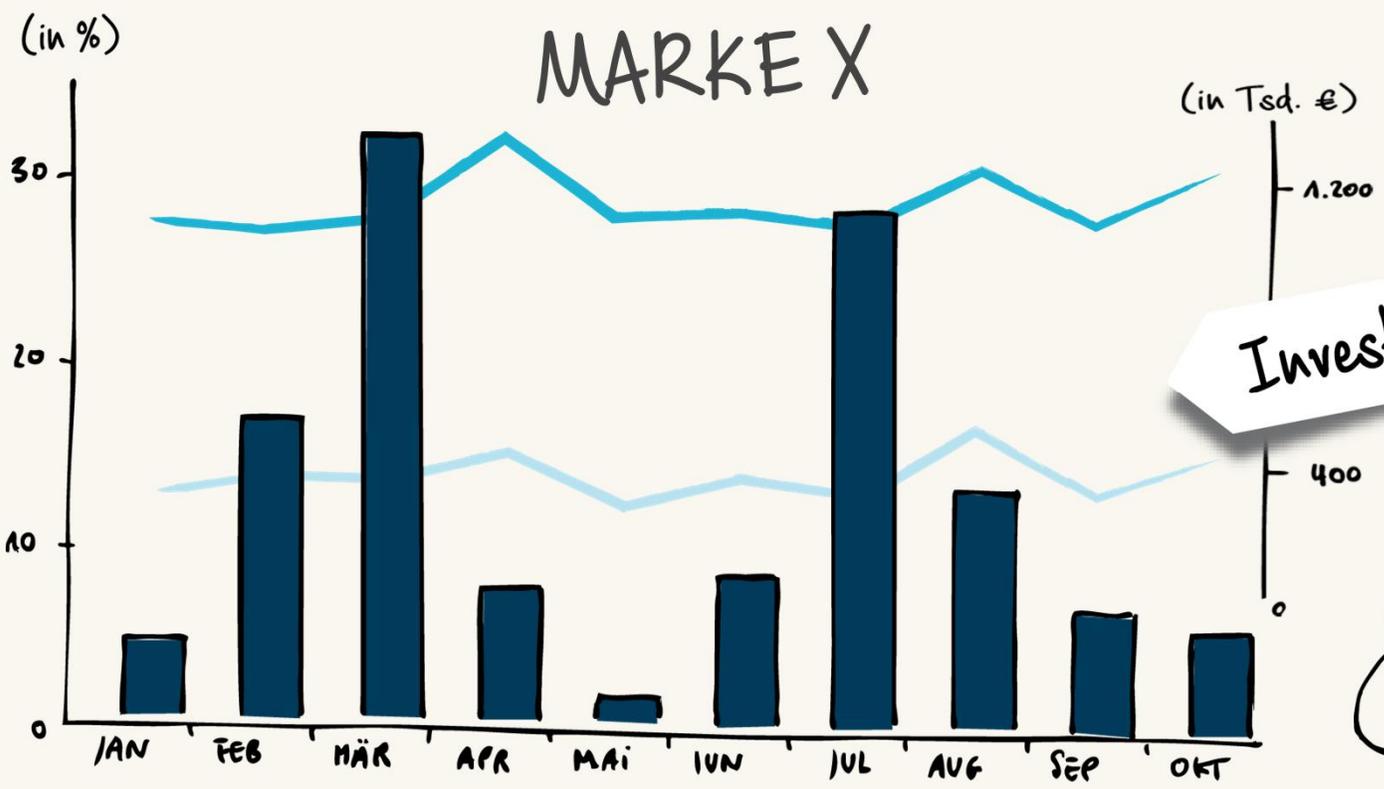
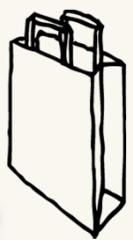


b4t best for tracking.

Werbeawareness



Kaufbereitschaft



Investitionen

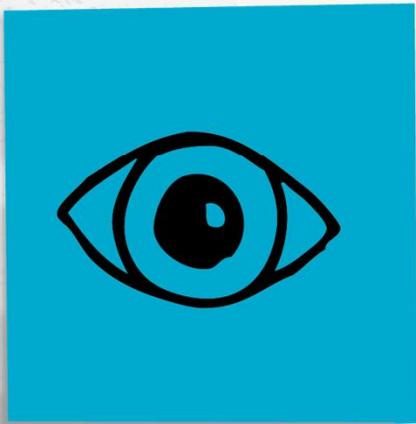


Ein Beispiel aus der Kosmetik-Branche:

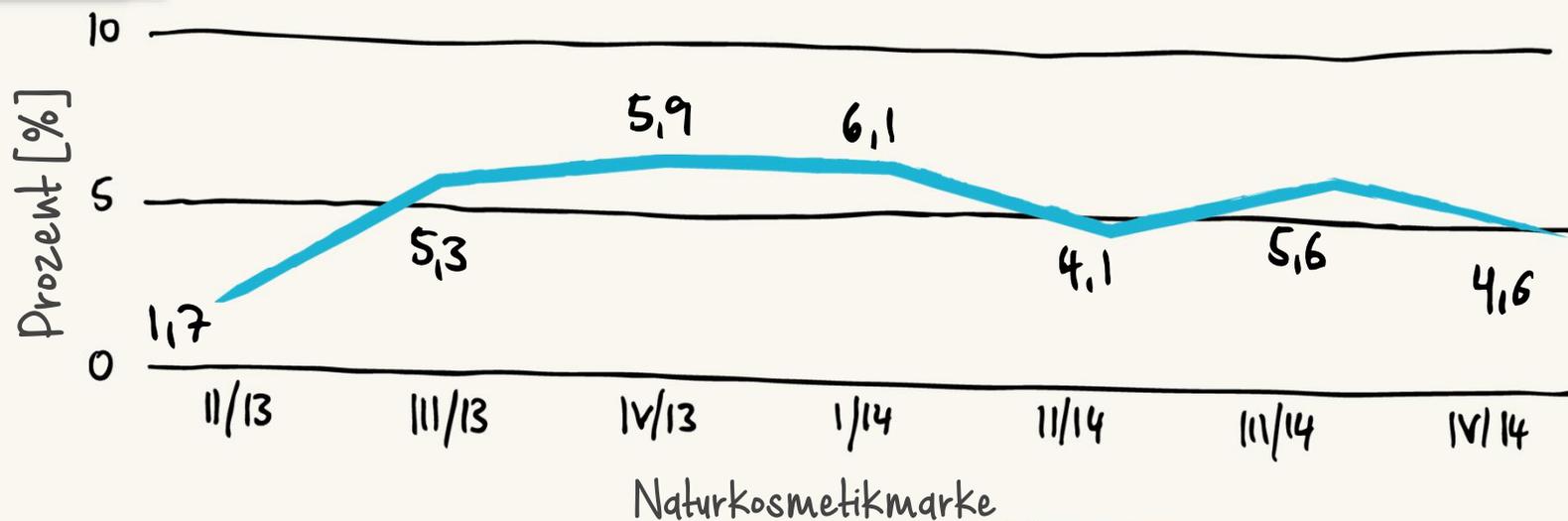
Diese Naturkosmetikmarke investiert seit 2013 deutlich mehr in Werbung.

Entwicklung der
Brutto-Werbependings
(in Mio. €)



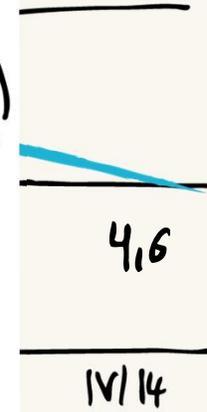
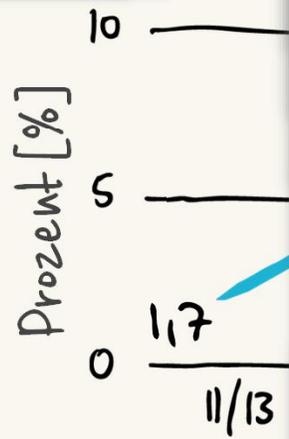
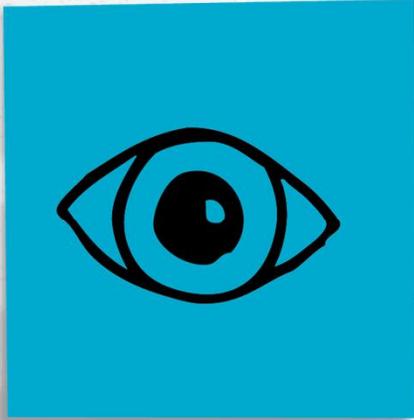


Trotzdem lässt sich die Werbeawareness in 2014 nicht steigern!

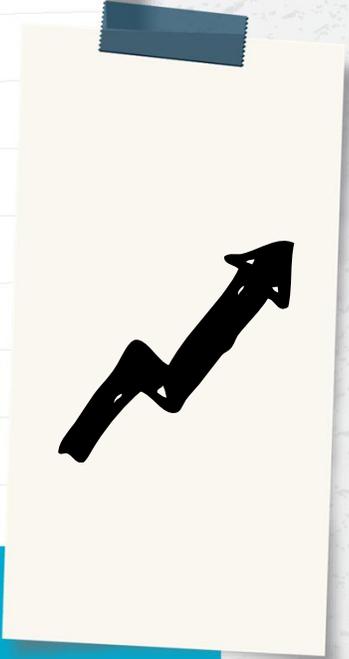
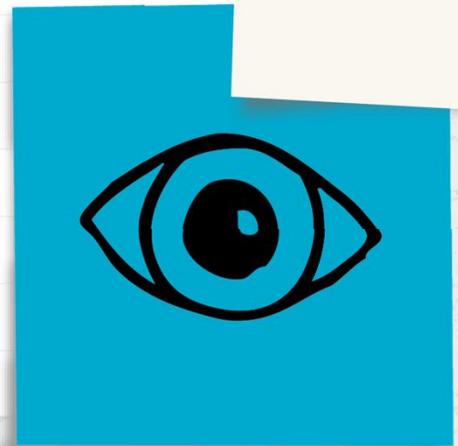
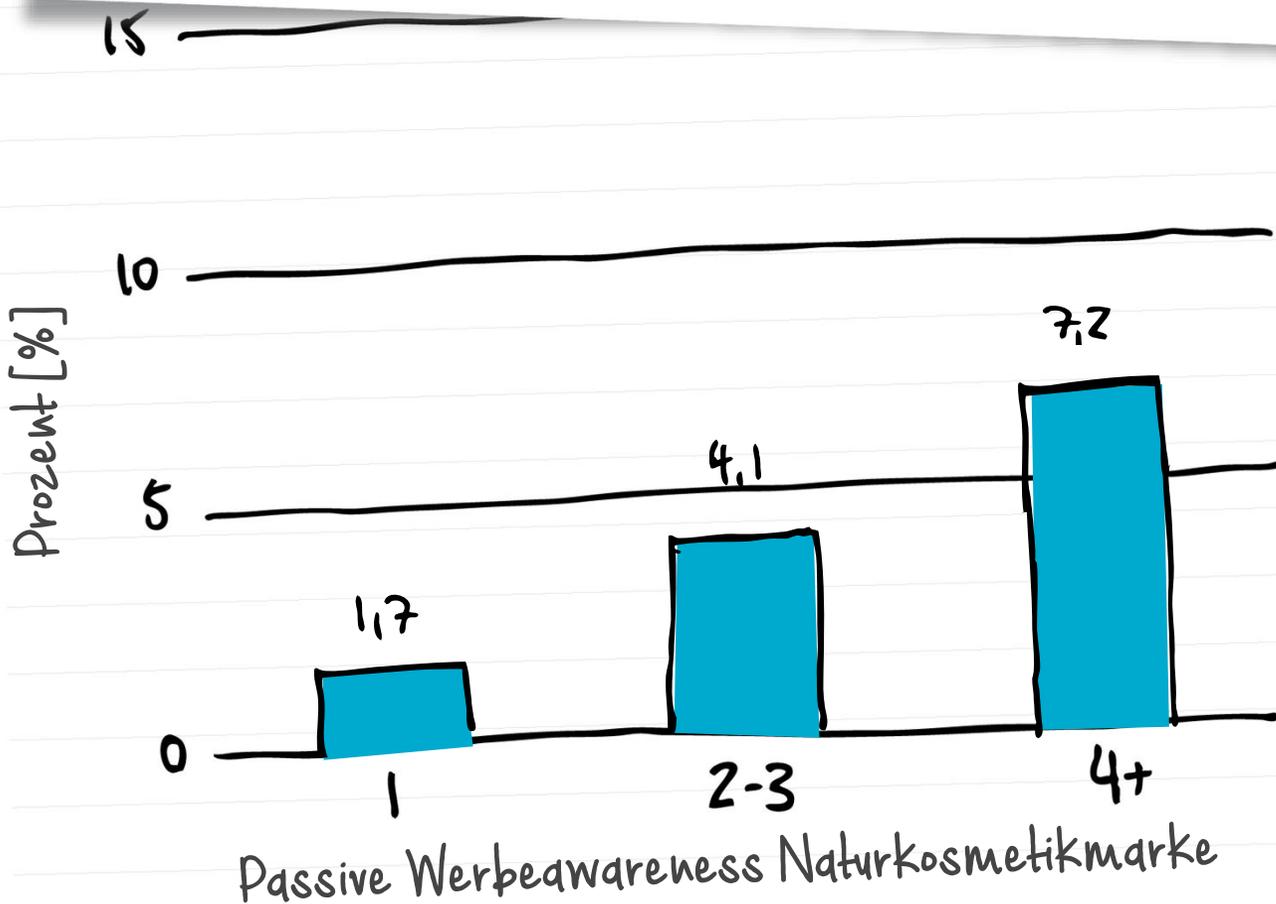


Passive Werbeawareness
der Naturkosmetikmarke

Wie ist das zu erklären?

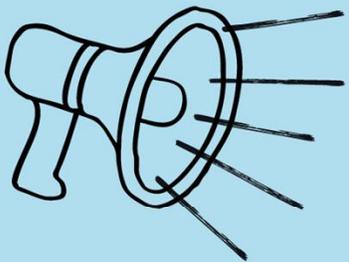


Der Kampagnenmechanismus funktioniert –
zunehmende Kontakte steigern die Werbeawareness

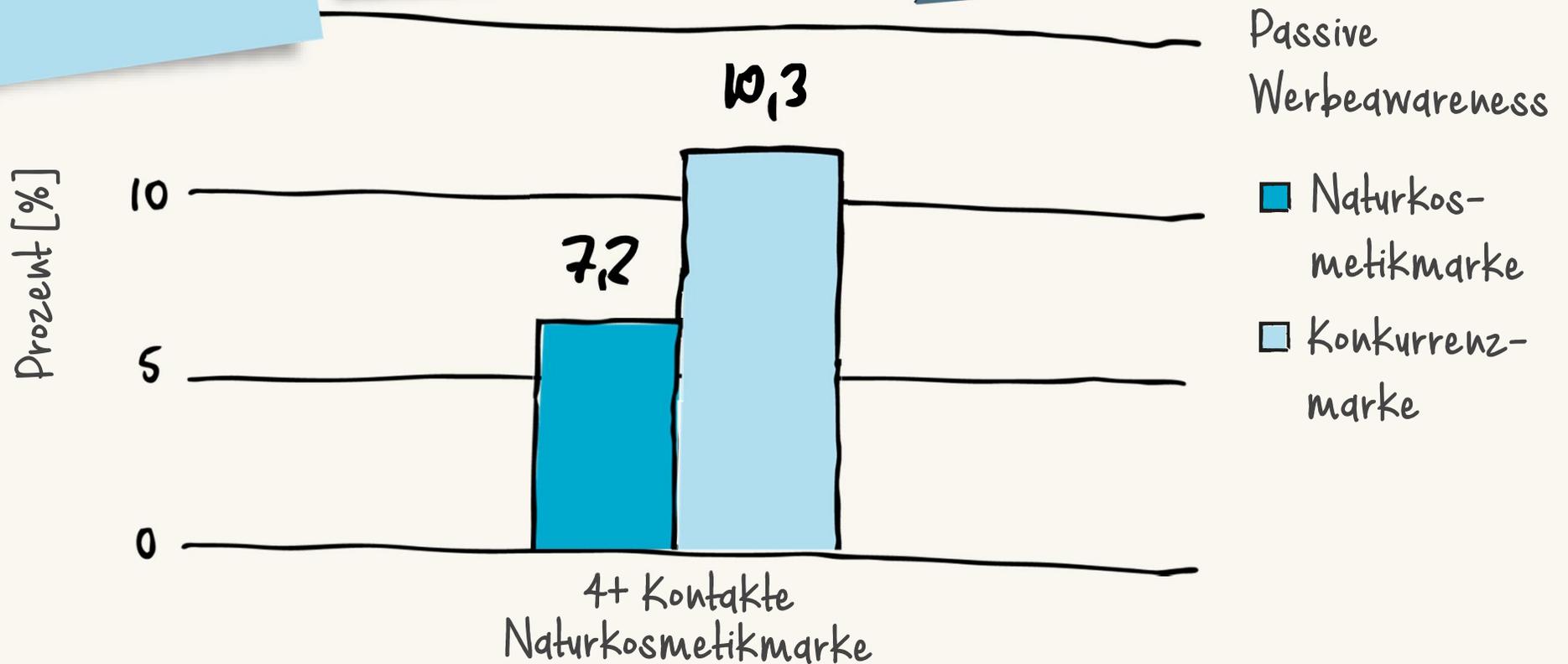


Aber: Auch die wichtigste Konkurrenzmarke
steigert die Werbespendings kräftig

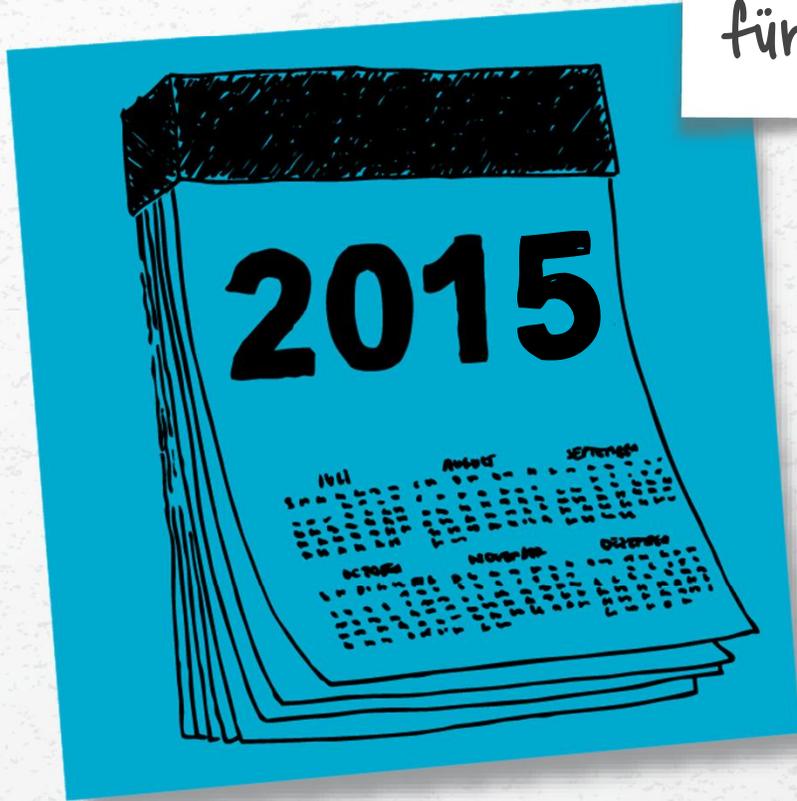
Entwicklung der
Brutto-Werbespendings
(in Mio. €)



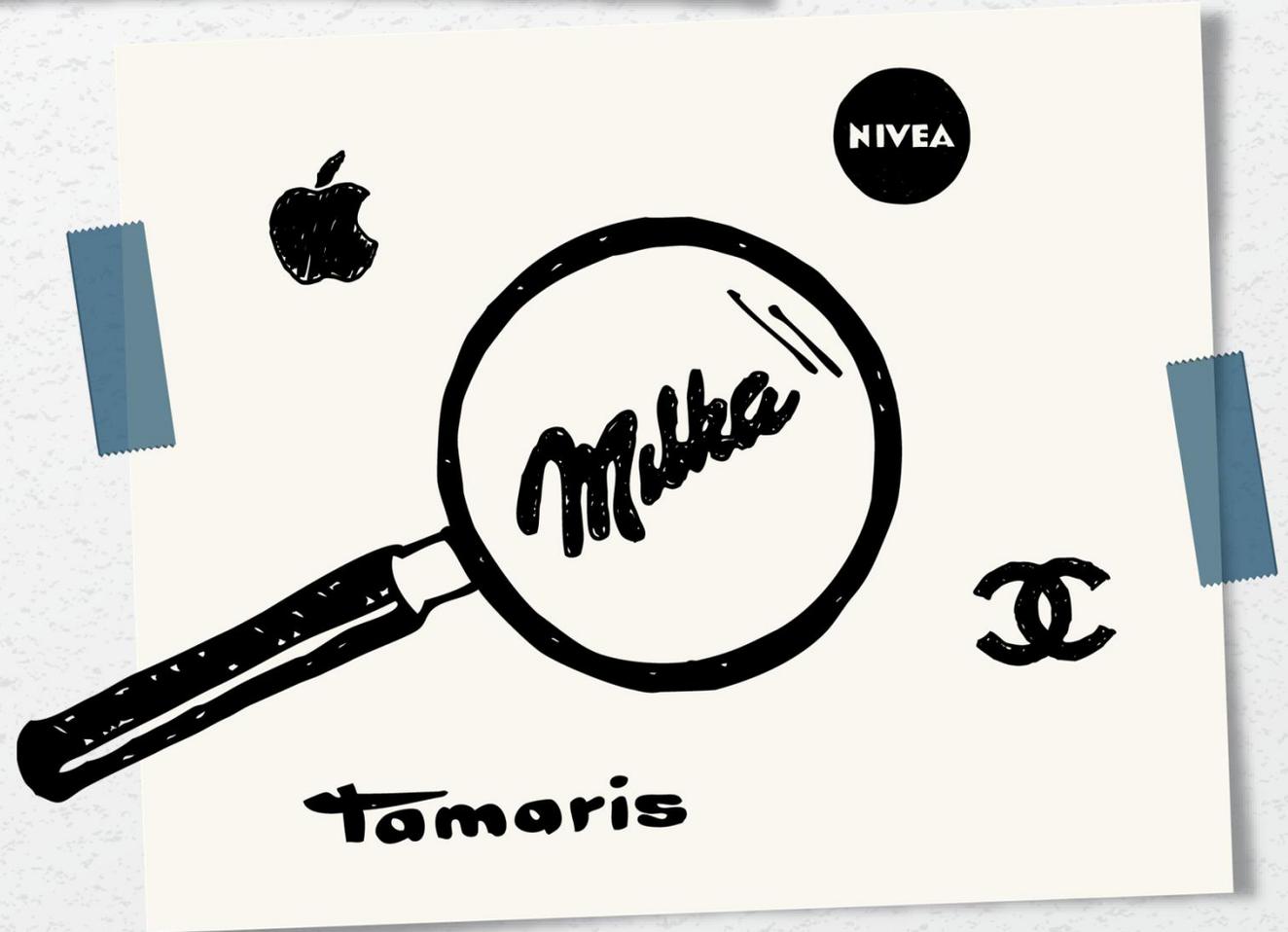
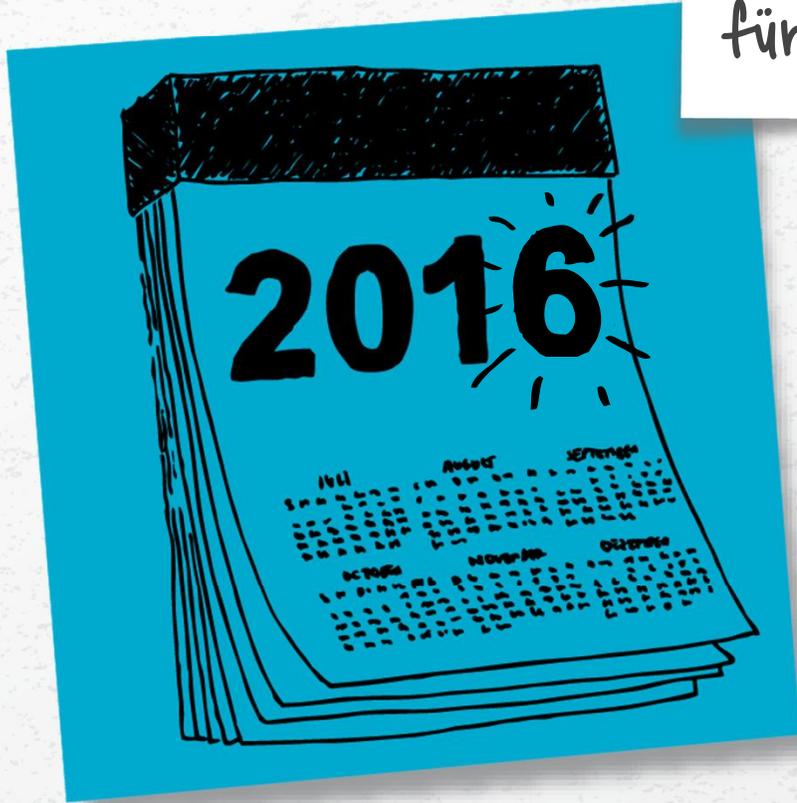
Die Kontakte arbeiten für die Konkurrenz mit ...



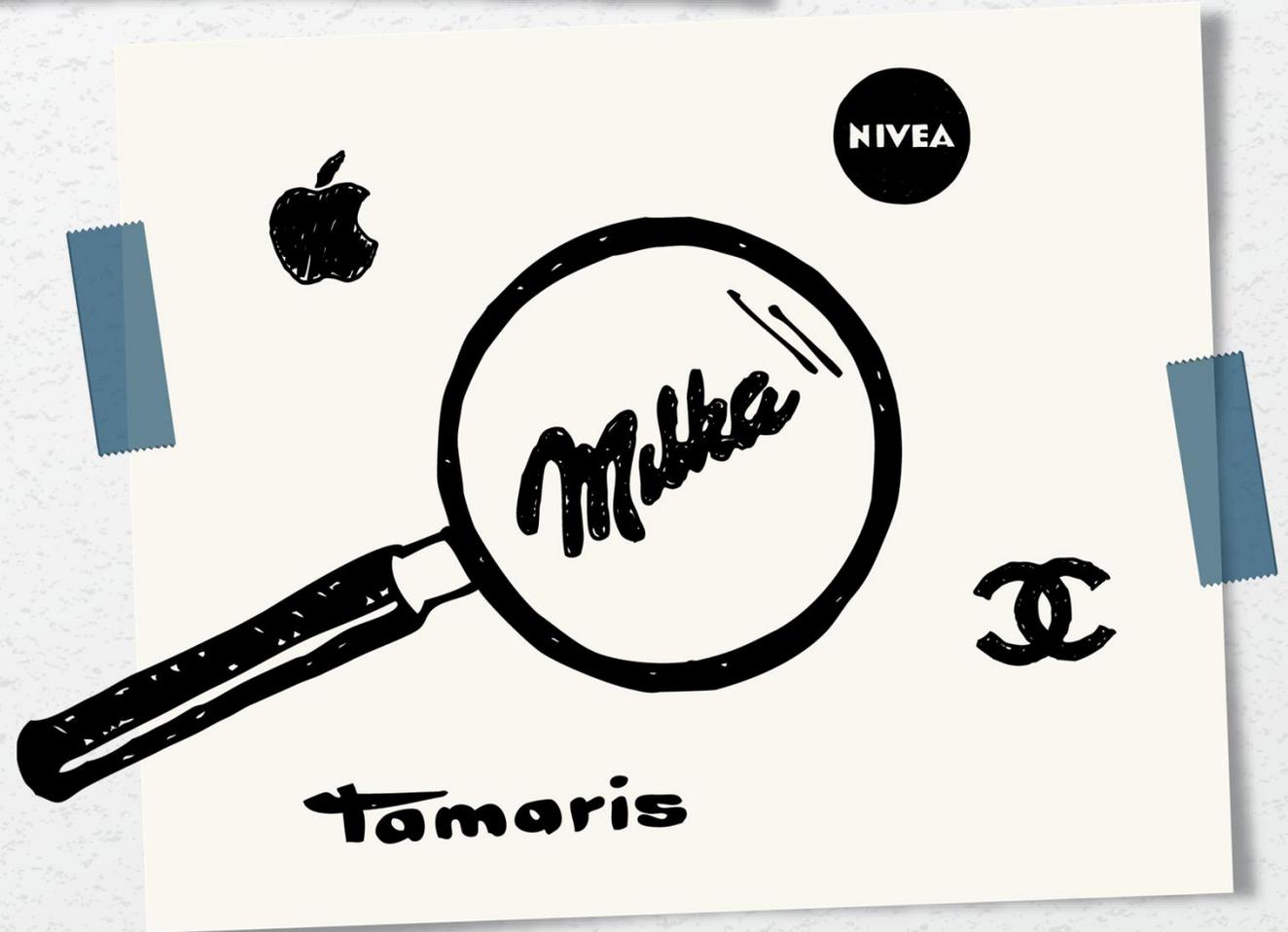
Durch kontinuierliches Tracking
liefert b4t eine Navigationshilfe
für Kunden, Agenturen und Medien



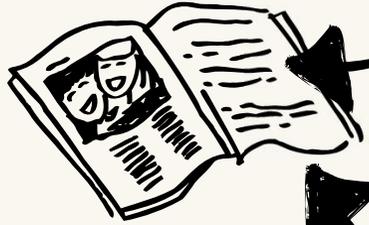
Durch kontinuierliches Tracking
liefert b4t eine Navigationshilfe
für Kunden, Agenturen und Medien



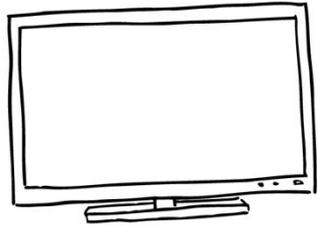
Durch kontinuierliches Tracking
liefert b4t eine Navigationshilfe
für Kunden, Agenturen und Medien



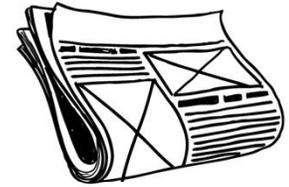
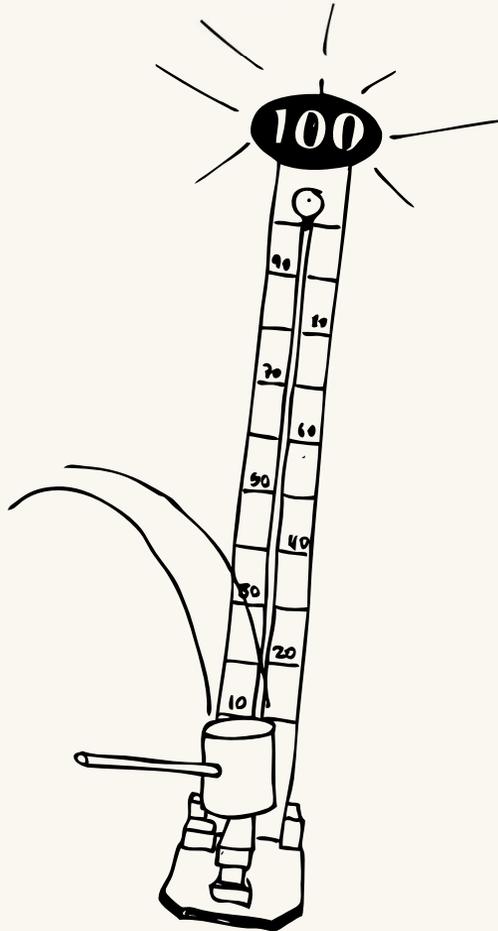
Marken erzeugen die höchste Kontakt-effizienz mit Publikumszeitschriften



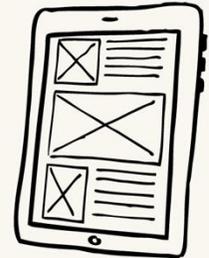
Publikums-
zeitschriften



TV



Tageszeitung



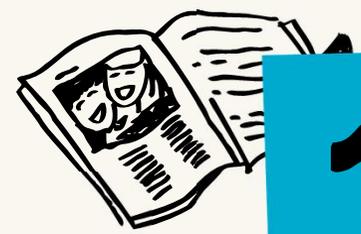
Online

Marken erzeugen die höchste Kontakteffizienz mit Publikumszeitschriften

0,6
Prozentpunkte

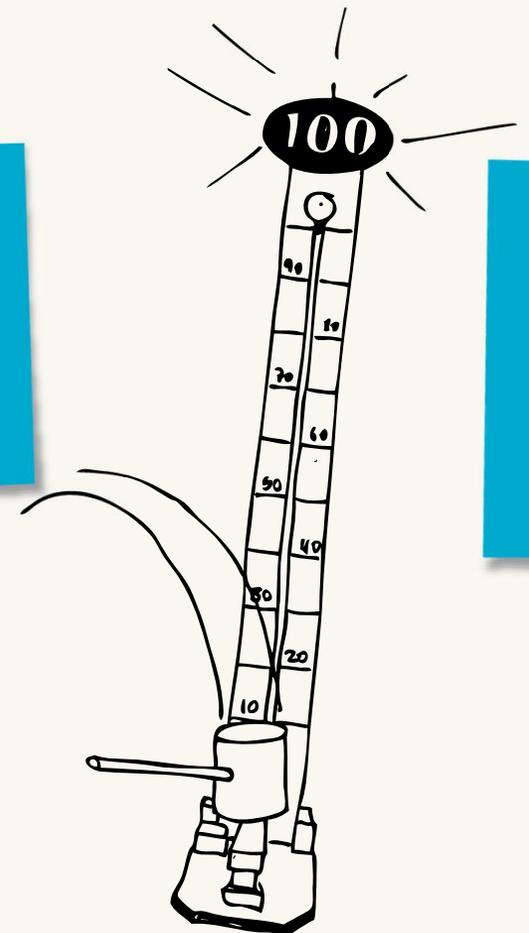


TV



Publikums-
zeitschriften

1,9
Prozentpunkte



0,7
Prozentpunkte



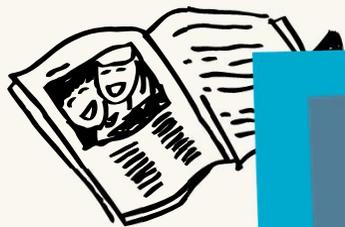
Tageszeitung

0,1
Prozentpunkte



Online

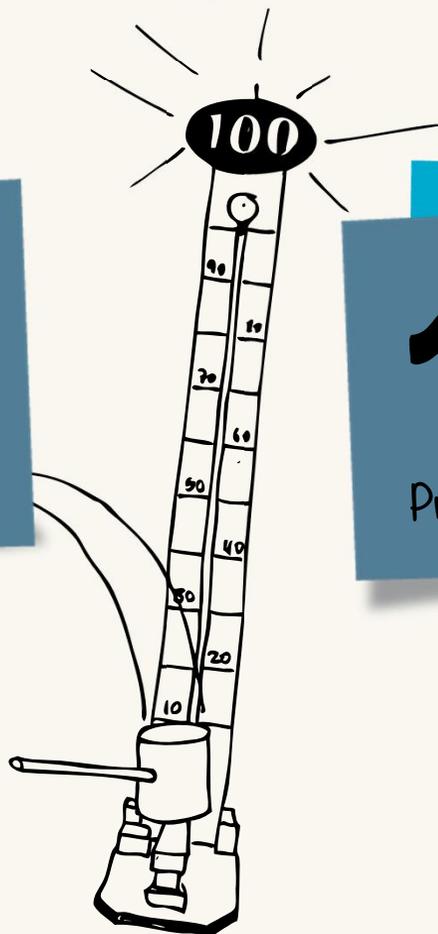
Marken erzeugen die höchste Kontakteffizienz mit Publikumszeitschriften



Publikumszeitschriften

1,1

Prozentpunkte



1,0

Prozentpunkte



Tageszeitung

0,6

Proze

TV

1,3

Prozentpunkte

0,1

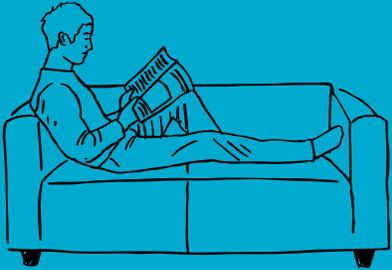
0,4

Prozentpunkte

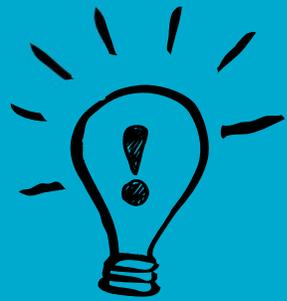


Online

Woran liegt das?



First Screen



Ideengeber

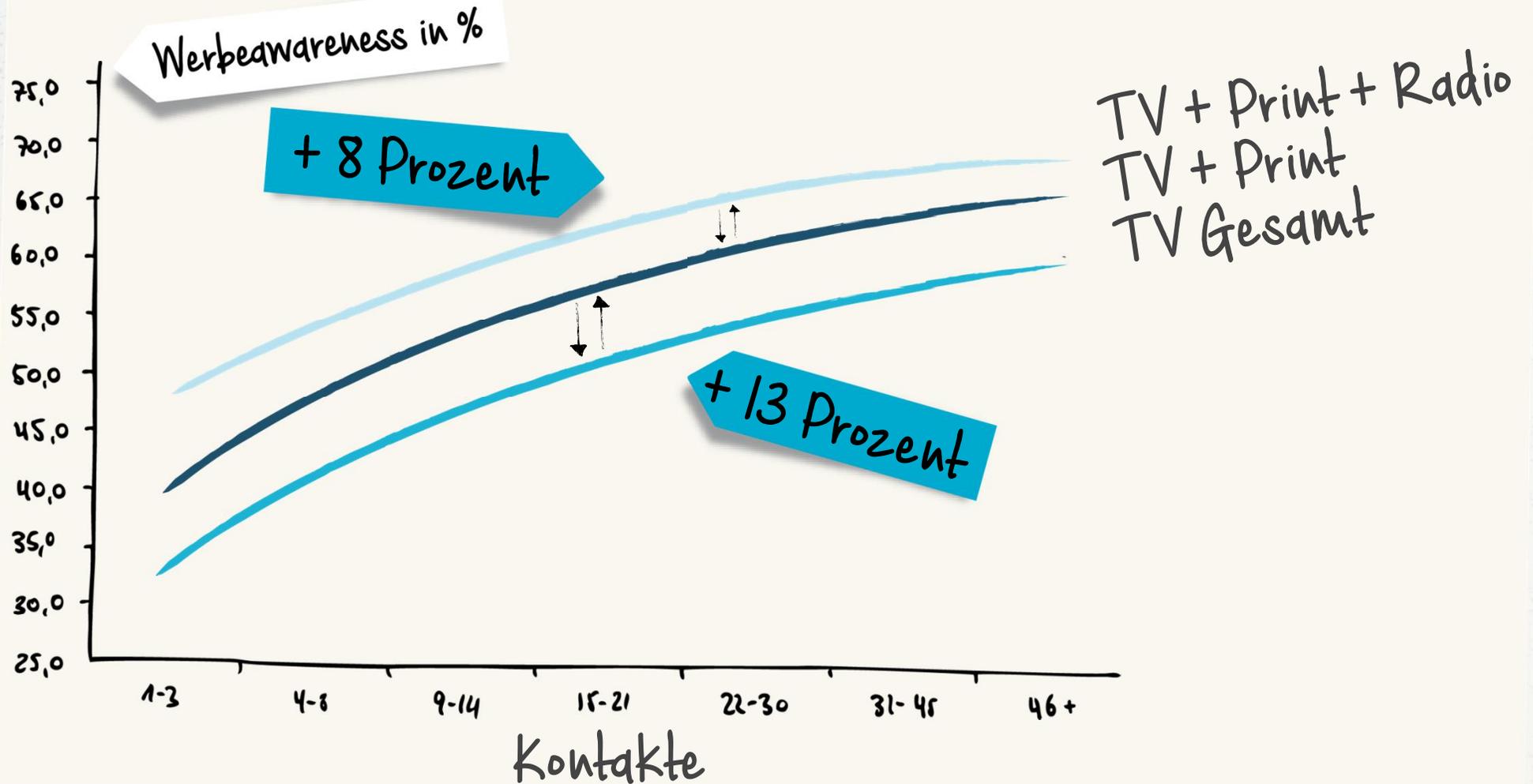


Print ist...



Haptik

Mix-Kontakte liefern inkrementelle Wirkung



Last but not least: Werbung wirkt auch sehr stark über die Idee der Kreation



Der Einfluss von Kreativität wird häufig unterschätzt

Gegenbewegung

CONTENT
MARKETING



MEHR
EFFIZIENZ



MEHR
VERKÄUFE



Die höchste Kaufbereitschaft



Die beste Food-Anzeige (Recognition)



Die sympathischsten Anzeigen

bei Männern
und Frauen

NIVEA 100 JAHRE HAUTPFLEGE FÜRS LEBEN

DIE ERSTE ANTI-FALTEN-PFLEGE FÜR MISCHHAUT, DIE POREN VERFEINERT.

Die neue NIVEA Q10 Anti-Falten Tagespflege für Mischhaut...
verfeinert die Poren und sorgt für ein glatteres Hautbild.

Leichte Q10 Anti-Falten Tagespflege für Mischhaut

NIVEA Q10 ANTI-FALTEN PORENVERFEINERENDE PFLEGE FÜR MISCHHAUT



„Für ein gelungenes Gericht braucht man eine gute Idee, frische Zutaten und die richtige Bouillon.“
Alexander Herrmann, TV- und Profikoch.

NEU

Knorr BOULLION PUR

Neu und nuer von Knorr

Die neue Bouillon...
schonungslos...
süßliche Zusatzstoffe,
keine Geschmacksverstärker.

bei Frauen

NEU

Sag's mit dem Teddy von Lindt

Schön, dass es Dich gibt

Wenn etwas von Herzen kommt, sagt man es am schönsten mit dem neuen Teddy von Lindt. Liebevoll kreiert von den Maitres Chocolatiers macht er jede Botschaft zu einem süßen kleinen Geschenk.

Lindt

WIRTSCHAFTSUNIVERSITÄT WÜRZBURG

bei Männern

Die "gefälligste" Schuhanzeige

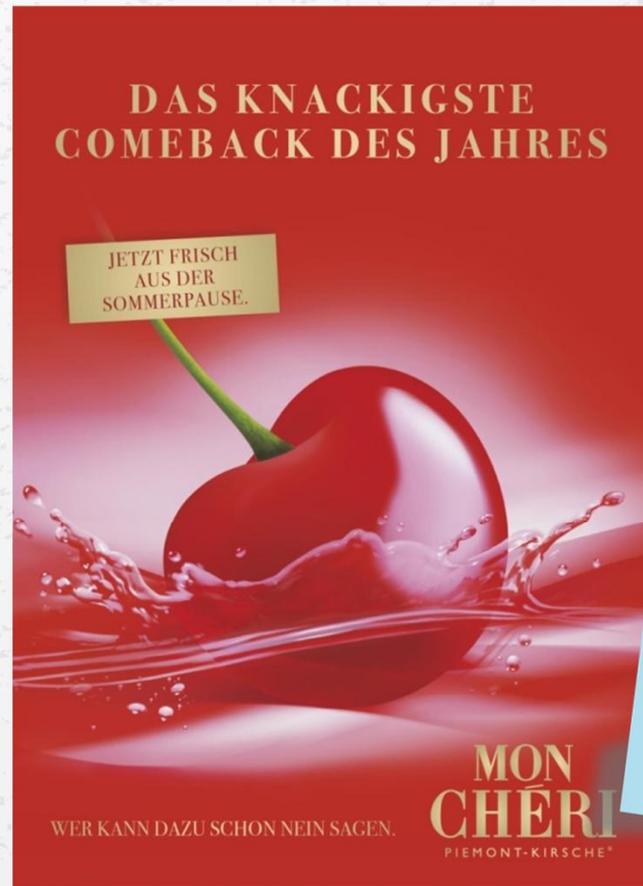


www.tamaris.de · Wortmann-Gruppe Int. Schuhproduktionen · 32758 Osterode · Telefon: +49 (0)5231 605-310 · Im ausgewählten Fachhandel und in Tamaris Stores erhältlich

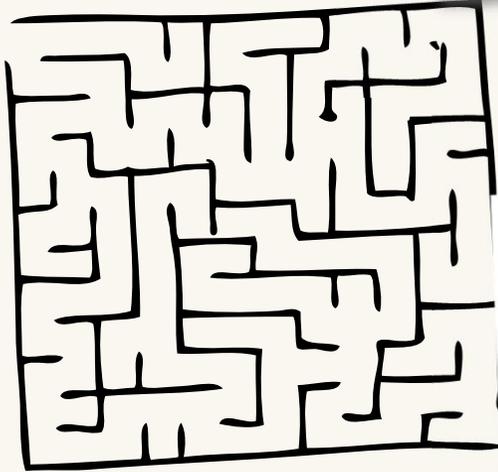
Süßwaren-Anzeigen haben den höchsten Anteil an Originalität



Und dennoch steckt in jeder guten Kreation
ein Stück Magie ...



Die wichtigsten drei Punkte



Komplexität

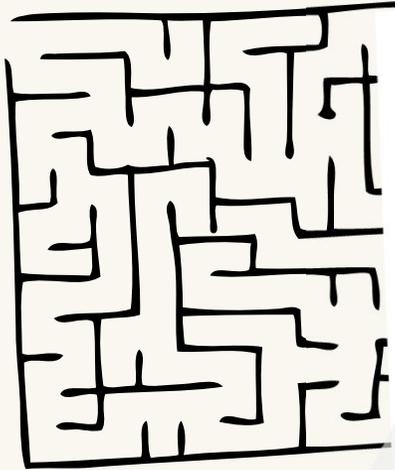


Wir

b4t best for tracking.

b4p best for planning.

Die wichtigsten drei Punkte



Komplexität



Wir

t best for tracking.

+P best for planning.