



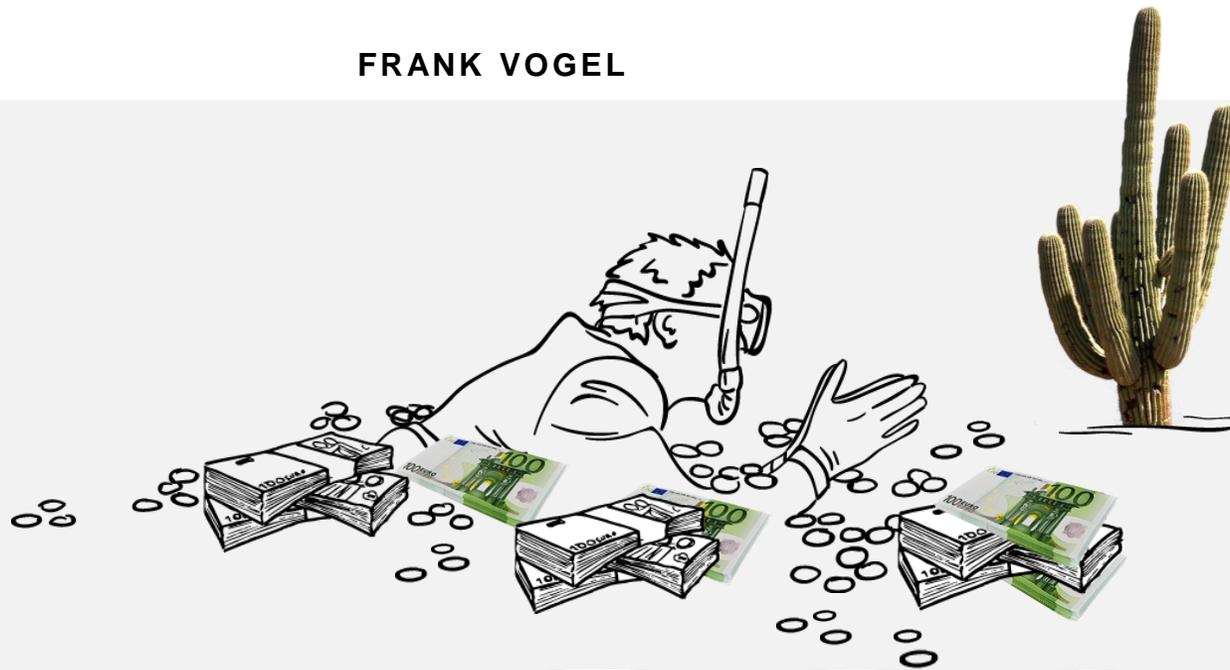
FRANKFURT_ NOVEMBER 2017

b4p best for
planning.

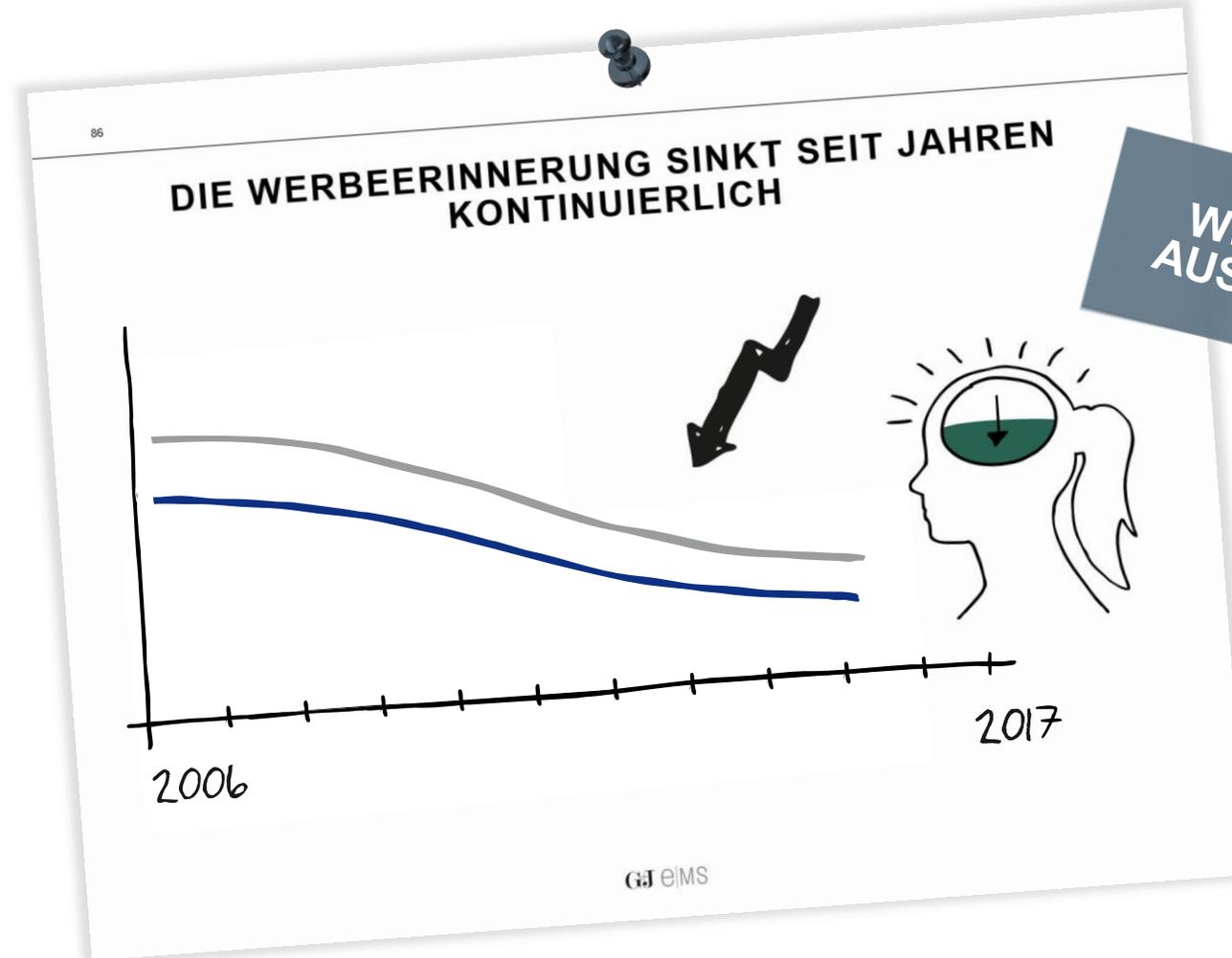
b4t best for
tracking.

TRANSPARENZ ODER ALTERNATIVE FAKTEN? WARUM B4P UND B4T FÜR DIE MEDIAPLANUNG VON HEUTE IMMER WICHTIGER WERDEN!

FRANK VOGEL



DIE DURCHSCHNITTLLICHE WERBEERINNERUNG IST INSGESAM RÜCKLÄUFIG

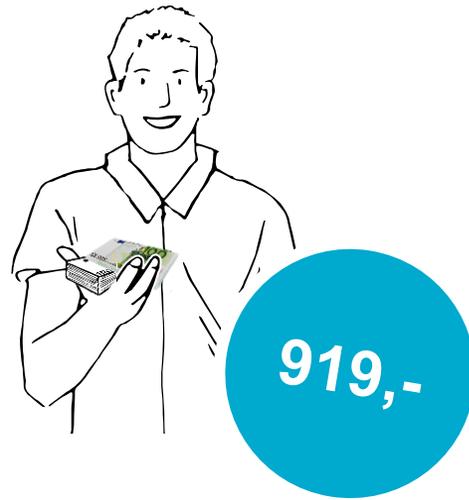


WIE KOMMEN WIR AUS DIESER FALLE?

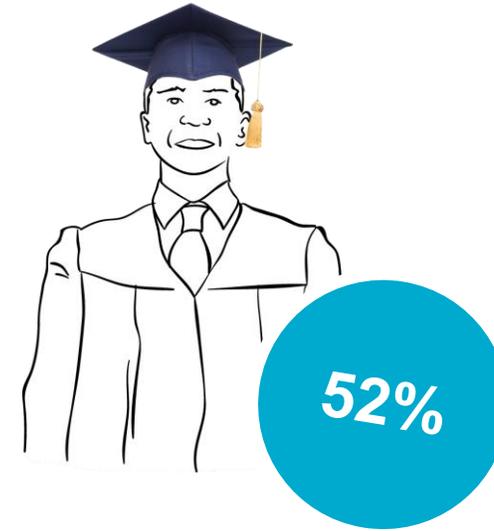
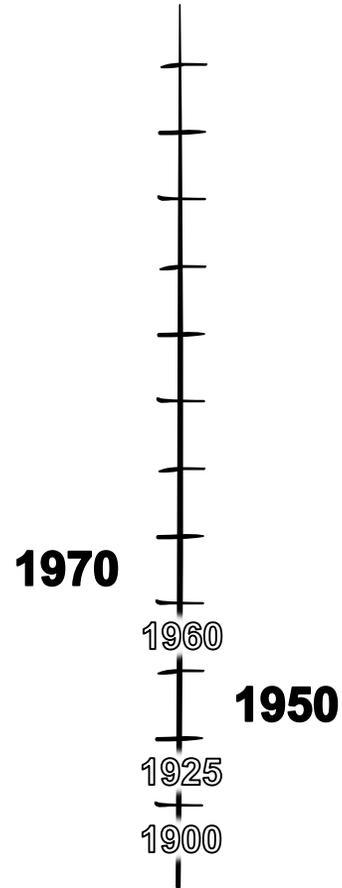
AWFULIZING: ALLES WIRD SCHLECHTER!



AWFULIZING: IN WIRKLICHKEIT WIRD ALLES EHER BESSER!



Welt-**BRUTTOINLANDSPRODUKT**
pro Kopf in USD

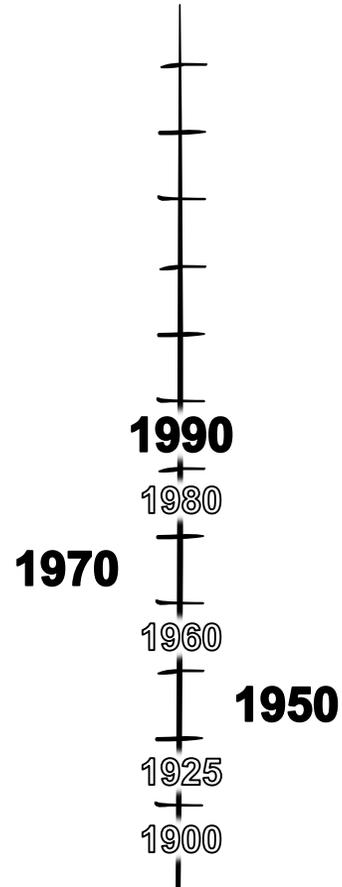


Anteil an der Weltbevölkerung
mit **SCHULBILDUNG**

AWFULIZING: IN WIRKLICHKEIT WIRD ALLES EHER BESSER!



Welt-**BRUTTOINLANDSPRODUKT**
pro Kopf in USD



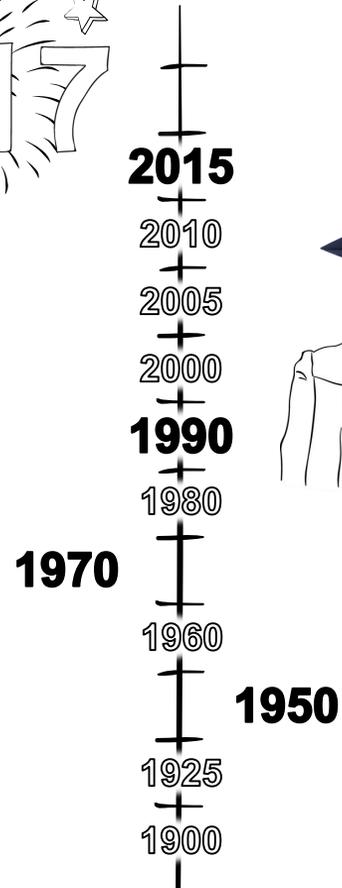
Anteil an der Weltbevölkerung
mit **SCHULBILDUNG**

AWFULIZING: IN WIRKLICHKEIT WIRD ALLES EHER BESSER!



Welt-**BRUTTOINLANDSPRODUKT**
pro Kopf in USD

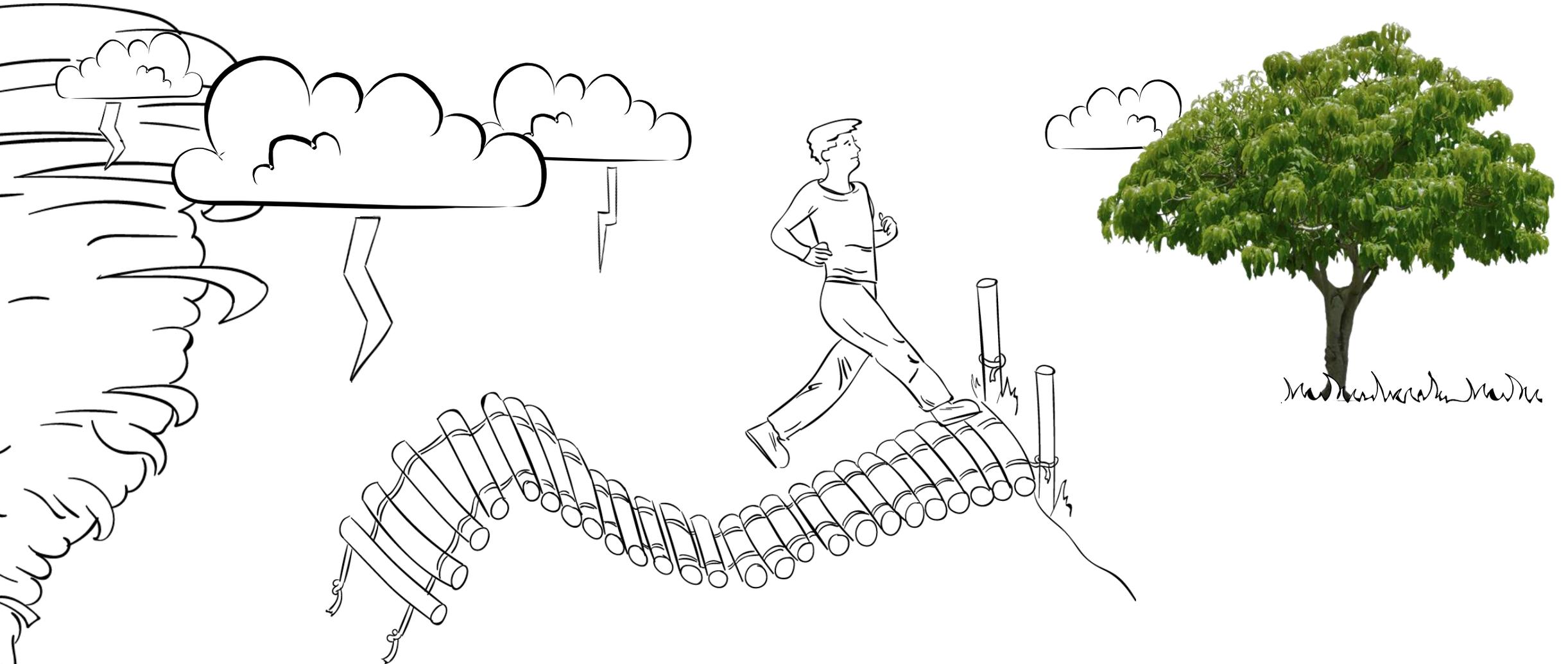
2017



Anteil an der Weltbevölkerung
mit **SCHULBILDUNG**

Quelle: UNCTAD Stat; Our World in Data (*Anteil mit Schulbindung für 2015 geschätzt)

ES BESTEHT EINE GROÙE ANGST UND UNSICHERHEIT IN DER BEVÖLKERUNG

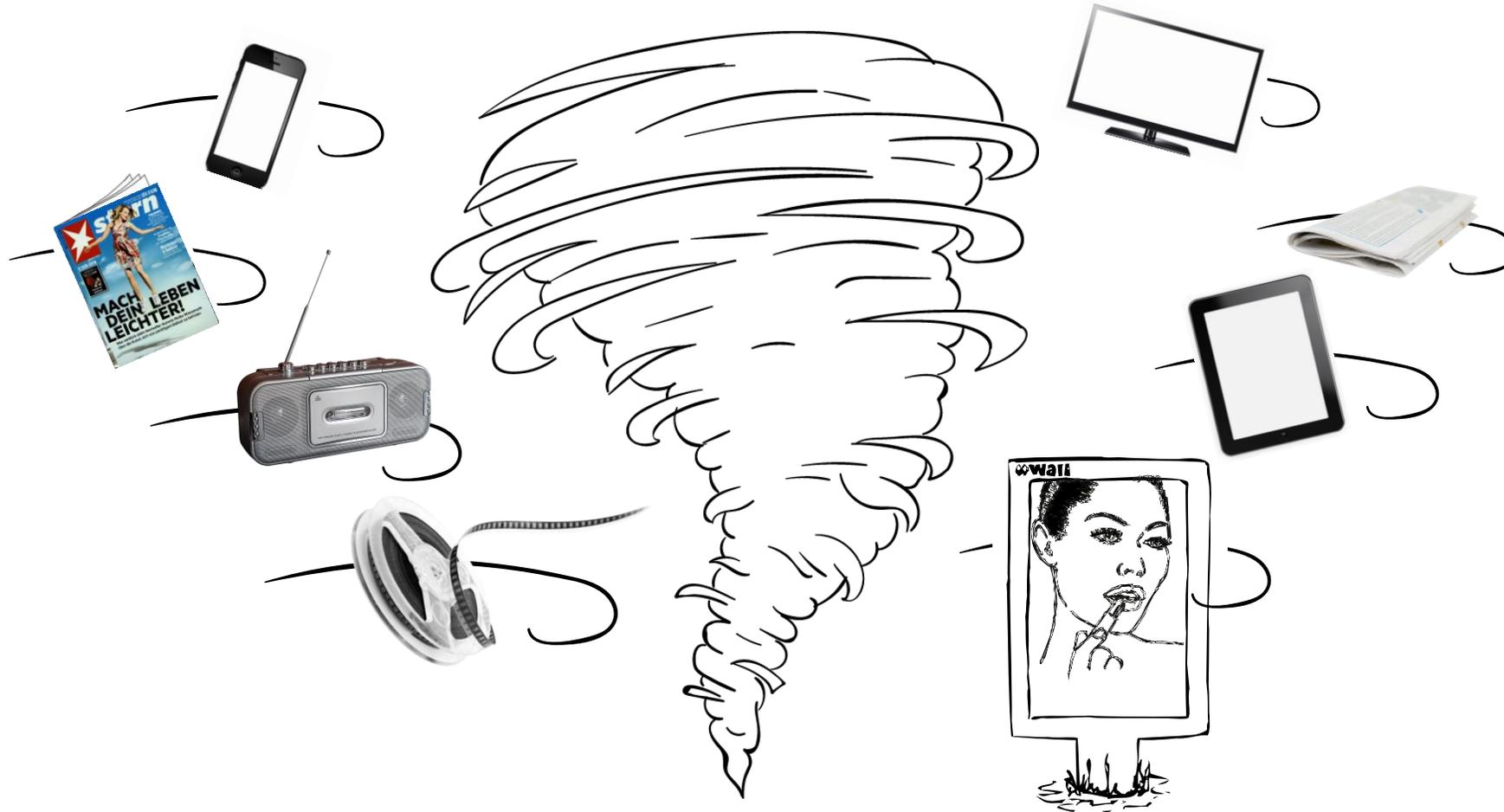


ES ENTWICKELT SICH EINE KETTENREAKTION DER SICH-SELBST-ERFÜLLENDE GEDANKEN



Awfulizing setzt eine Kettenreaktion sich-selbst-erfüllender Gedanken, Gefühle und Aktionen in Gang: Die bloße Erwartung, dass die Dinge schlechter werden, wird zur Ursache dafür, dass sie schlechter werden.

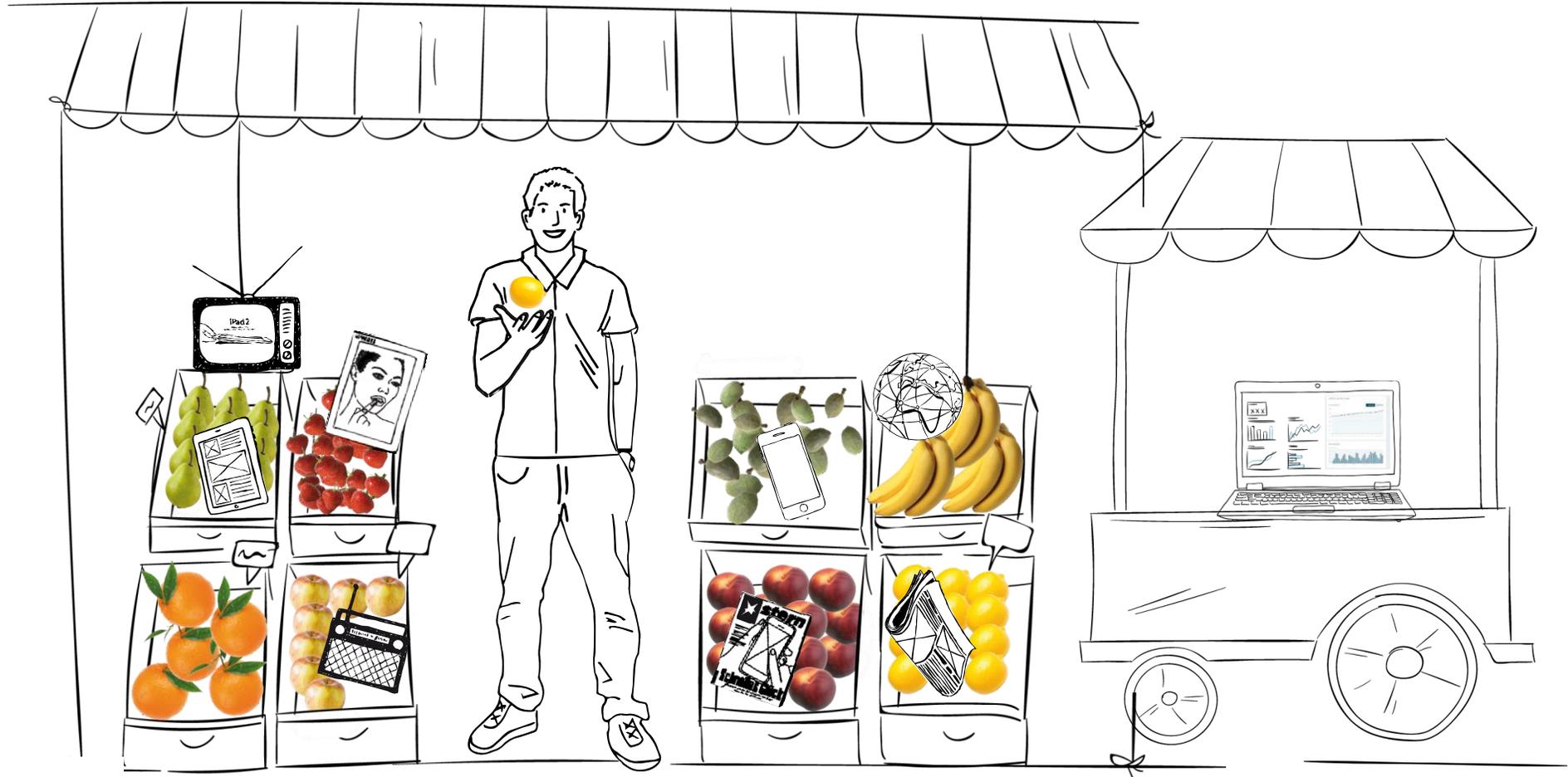
DIESES PHÄNOMEN LÄSST SICH AUCH AUF DIE MEDIA-BRANCHE ÜBERTRAGEN ...



... FRÜHER WAR ALLES BESSER



DABEI: DIE MÖGLICHKEITEN IN DER VERMARKTUNG WAREN NOCH NIE SO VIELFÄLTIG!



UND ES GIBT AUCH VIELE POSITIVE BEISPIELE FÜR PRINT



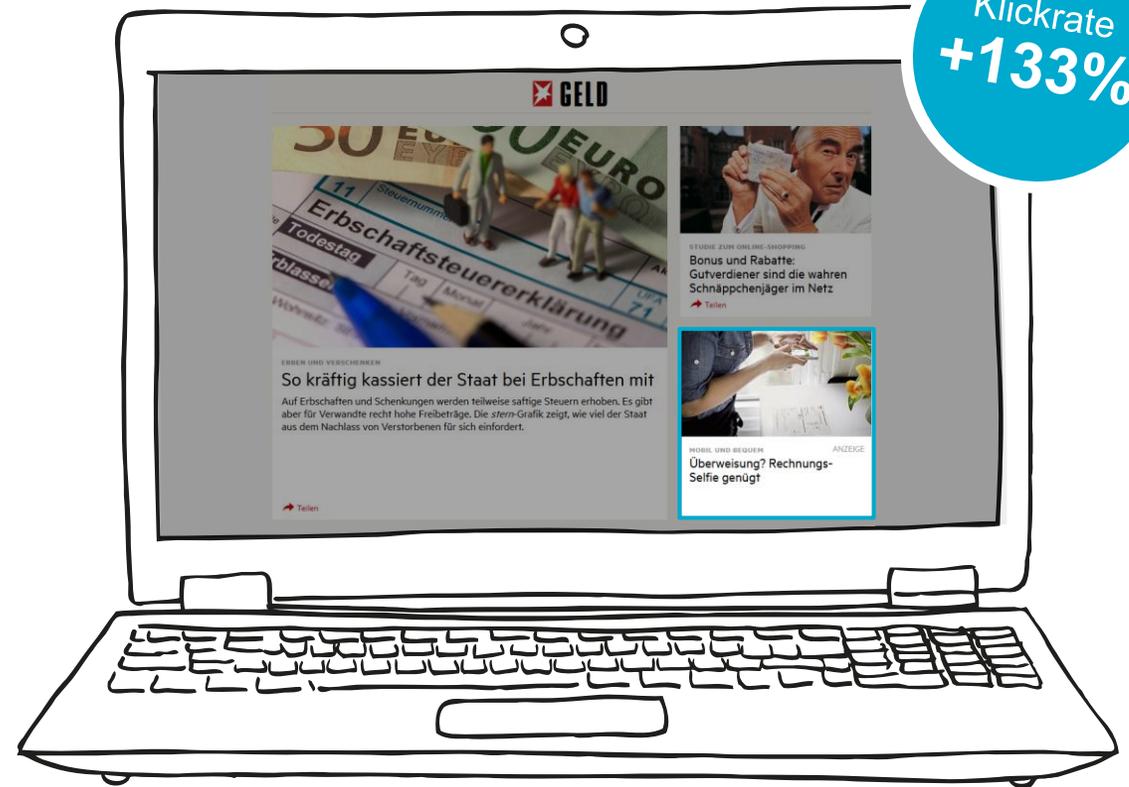
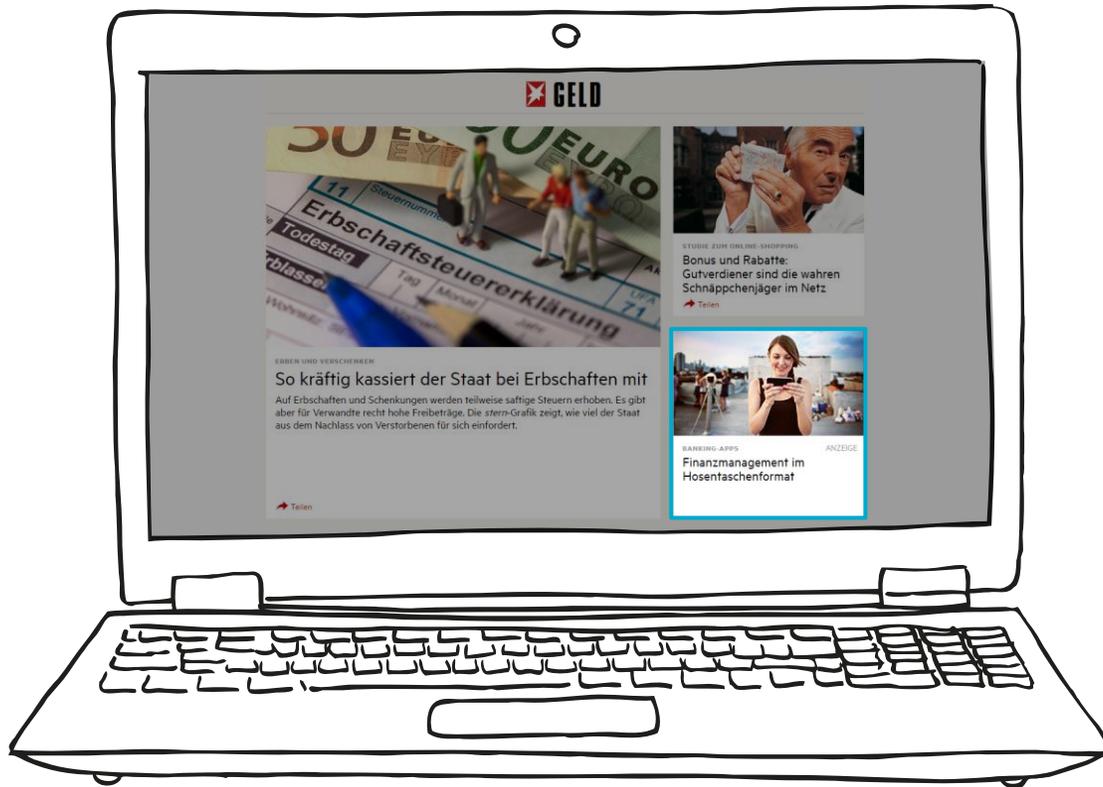
SCHAUEN WIR TIEFER REIN: WAS PASSIERT GERADE KONKRET IN DER MEDIENBRANCHE?



WIR ENTWICKELN UNS IMMER STÄRKER IN RICHTUNG VON DATA-DRIVEN LÖSUNGEN



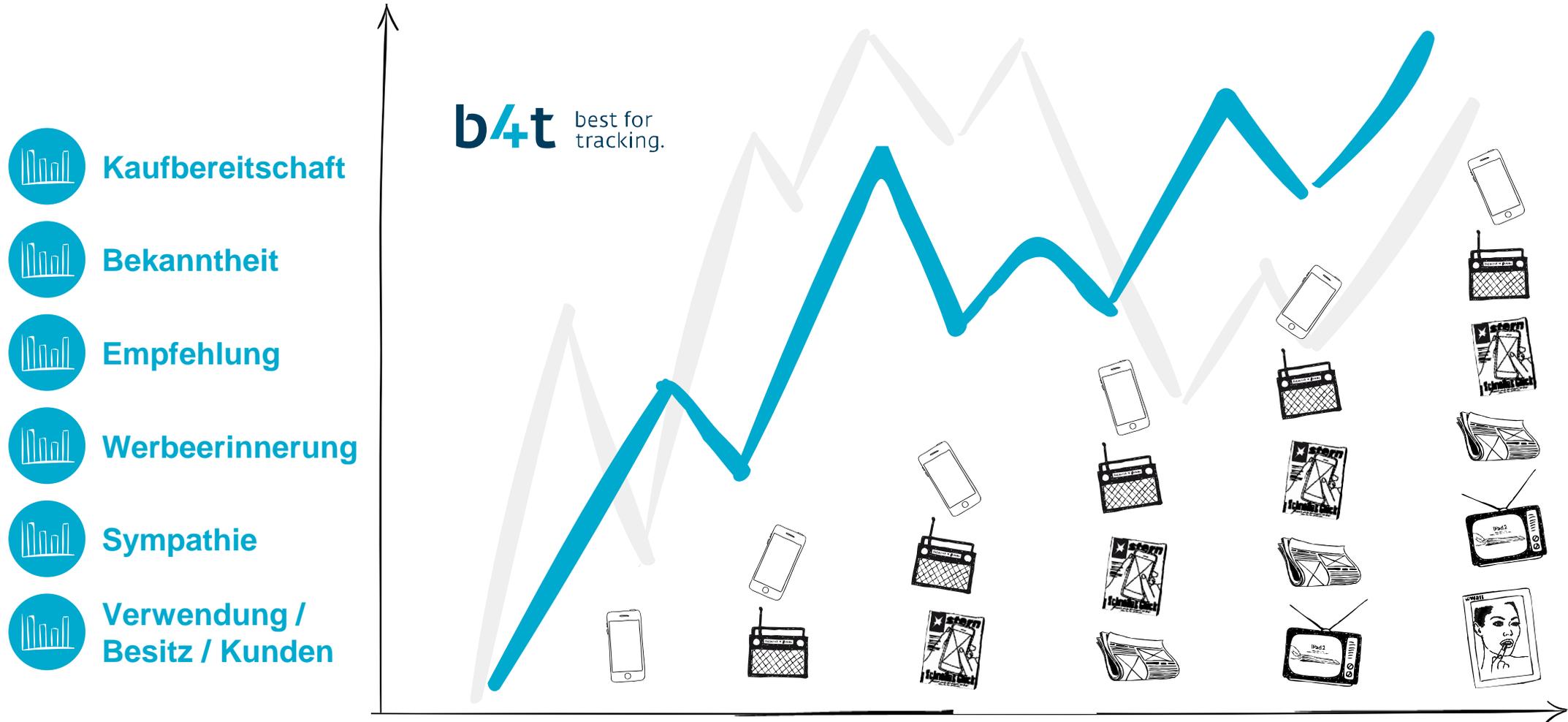
EIN BEISPIEL: SCHNELLIGKEIT BEI A-/B-TESTINGS



FÜR DEN GESAMTÜBERBLICK BEDARF ES EINES FACETTENREICHEREN WERKZEUGKASTENS



BEST FOR TRACKING ZEIGT DIE GESAMTKAMPAGNENLEISTUNG AUF 6 PARAMETERN

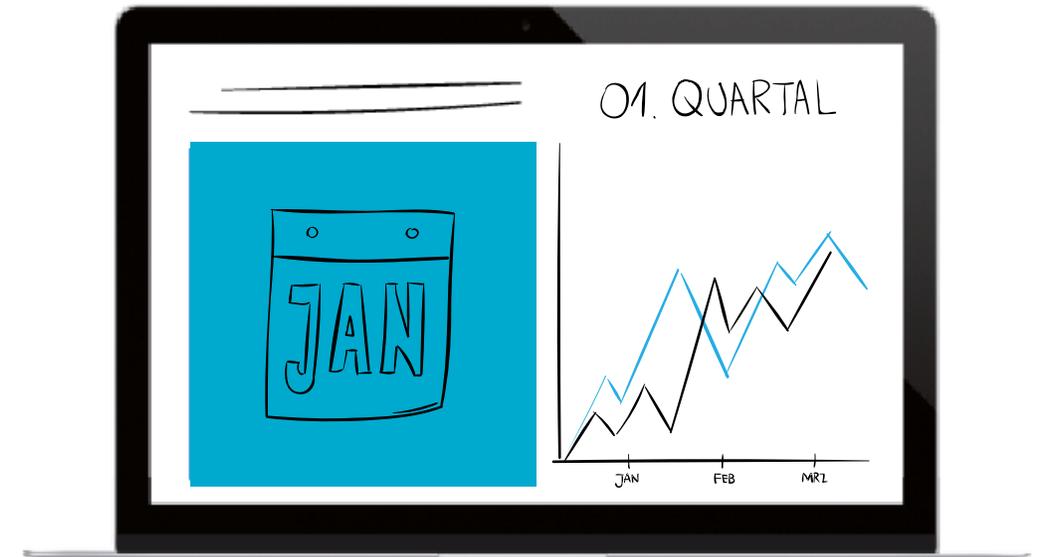


DER UNTERSCHIED ZWISCHEN DASHBOARDS UND B4T: DER ABSTAND

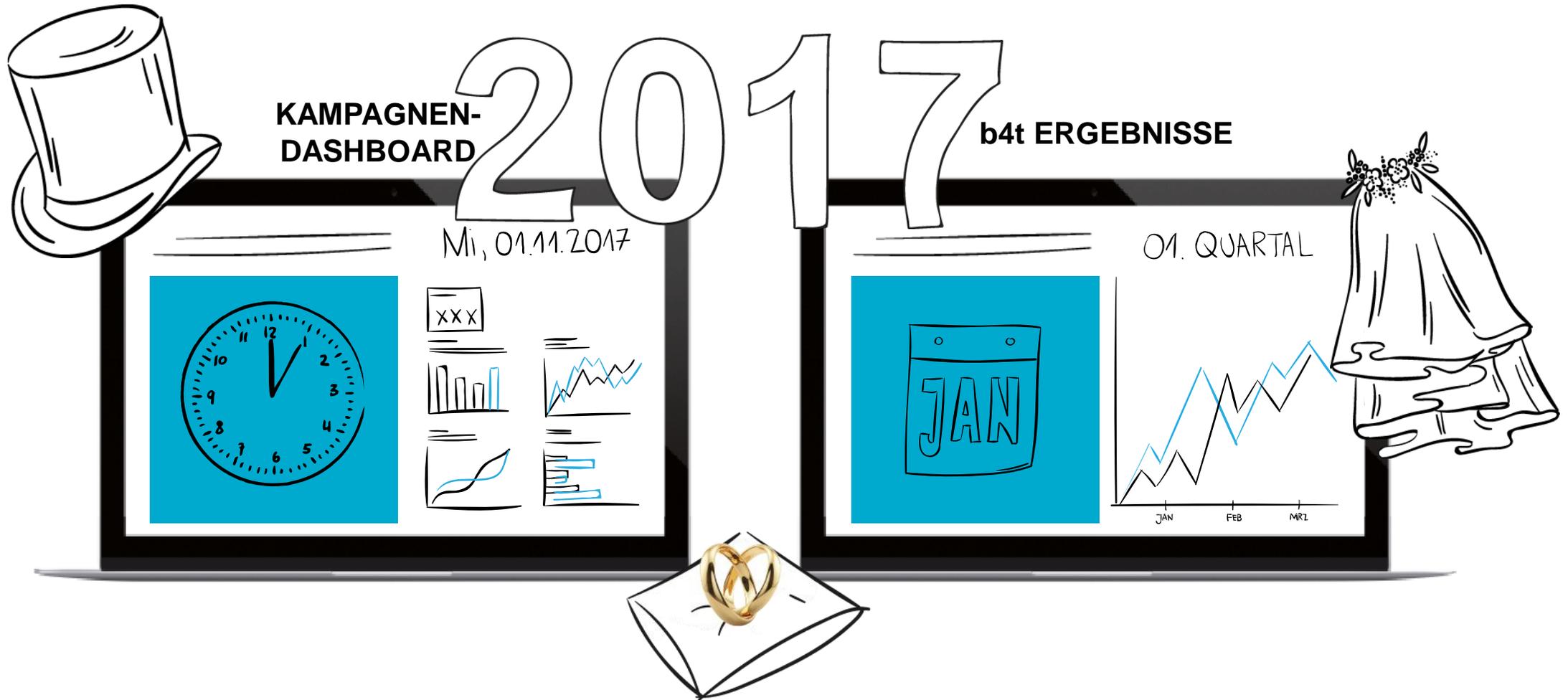
KAMPAGNEN- DASHBOARD



b4t ERGEBNISSE



WIR BRAUCHEN BEIDES: DASHBOARDS UND B4T



ABER WOHER KOMMT EIGENTLICH DIE OMNIPRÄSENZ VON DASHBOARDS?



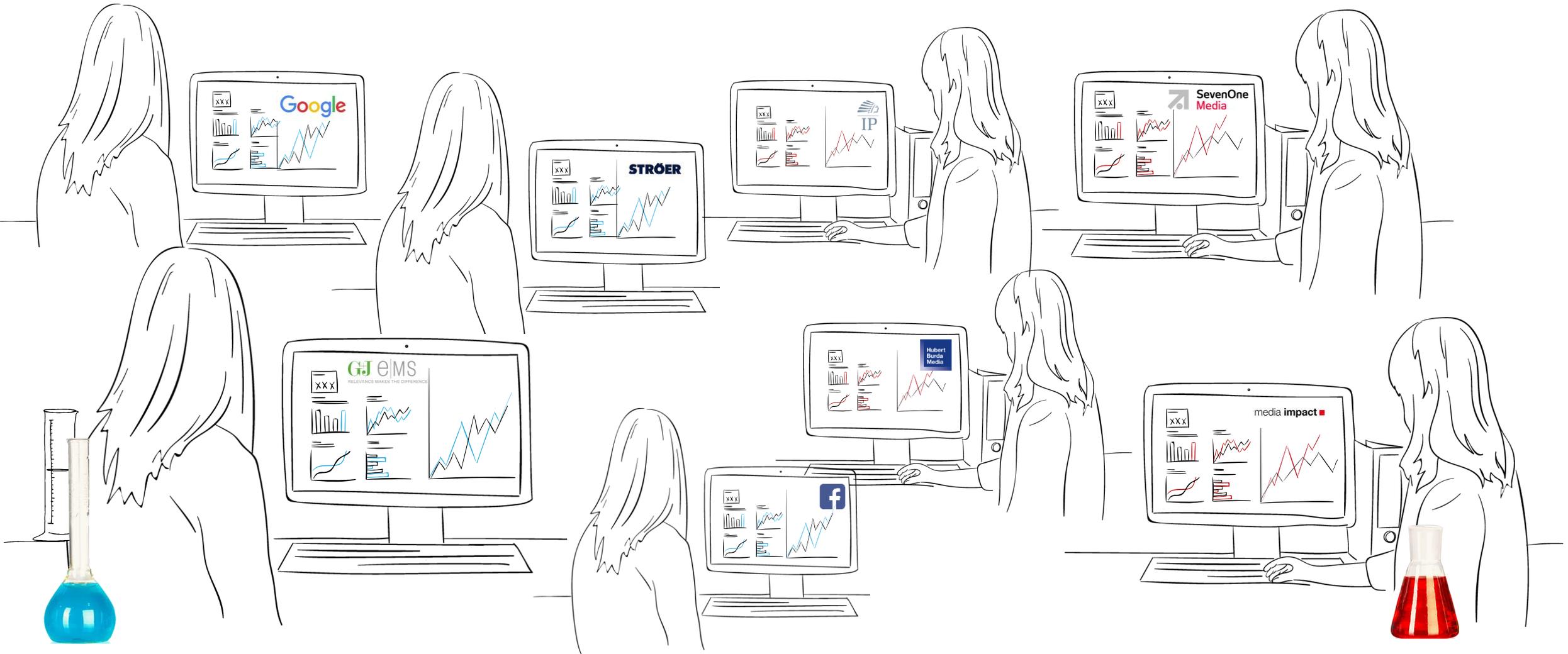
DASHBOARD IST NICHT GLEICH DASHBOARD



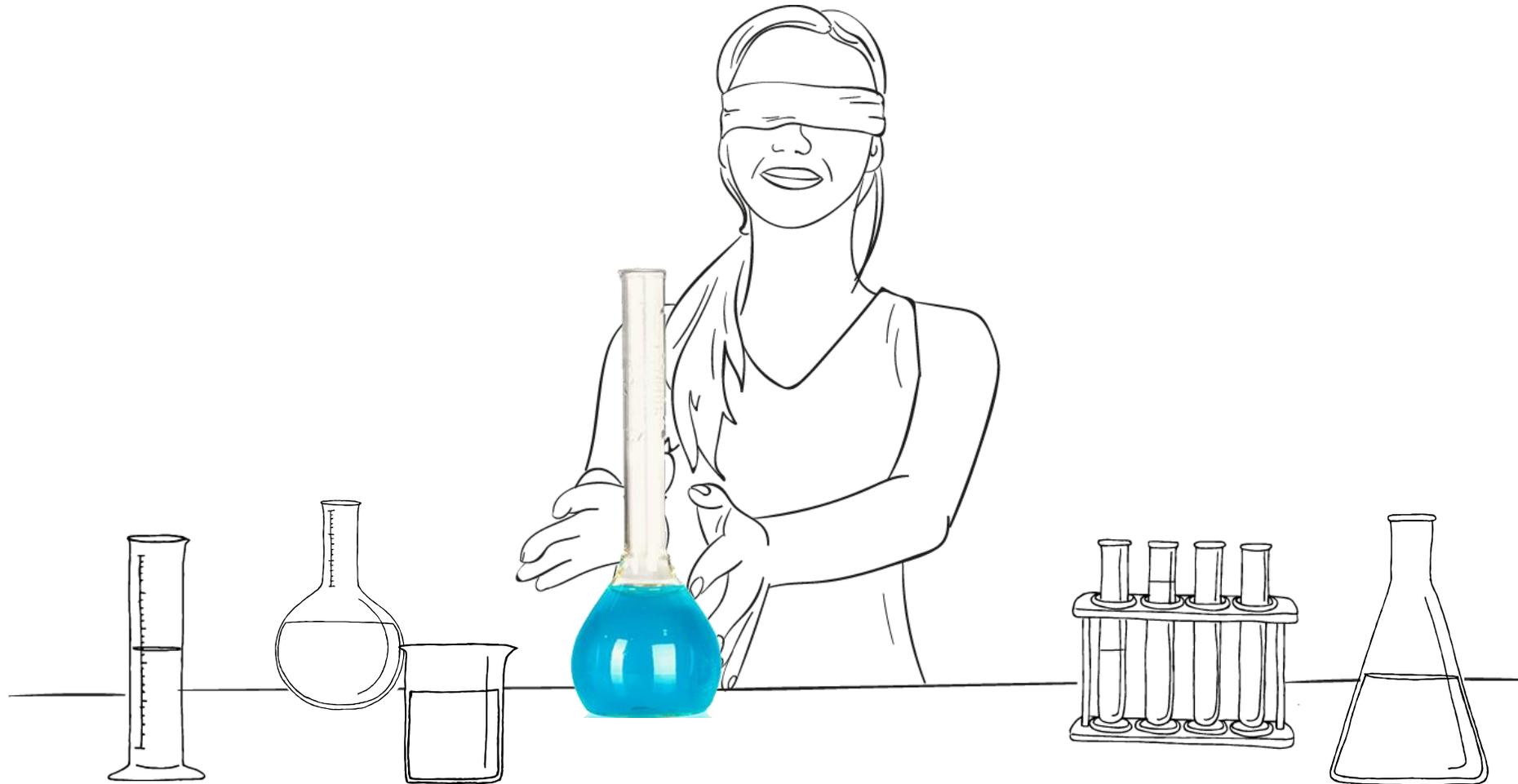
JEDER SETZT SEINE PARAMETER SELBER FEST



VERMARKTER LEGEN DEN FOKUS AUF EIGENE DASHBOARDS



MEDIAPLANUNG ALS IMPULSIVE BAUCHENTSCHEIDUNG



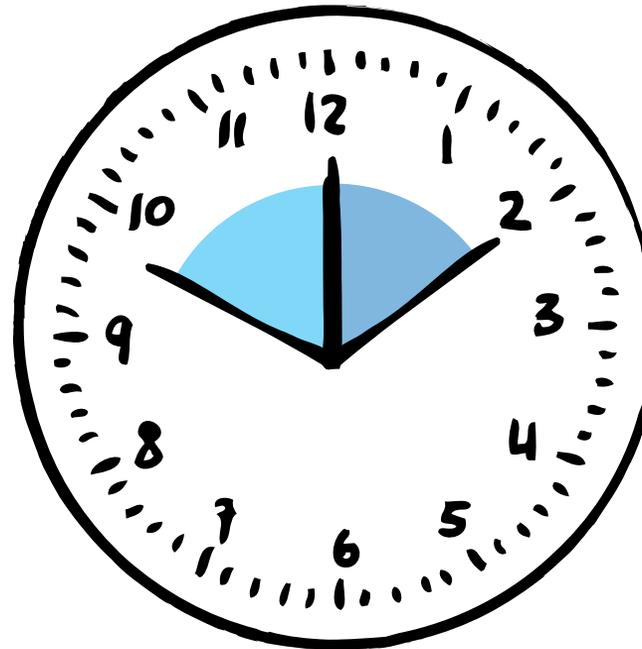
UNSERE GEMEINSCHAFTSSTUDIEN LIEFERN TRANSPARENTE DATEN



UNSERE TOOLS

b4p best for
planning.

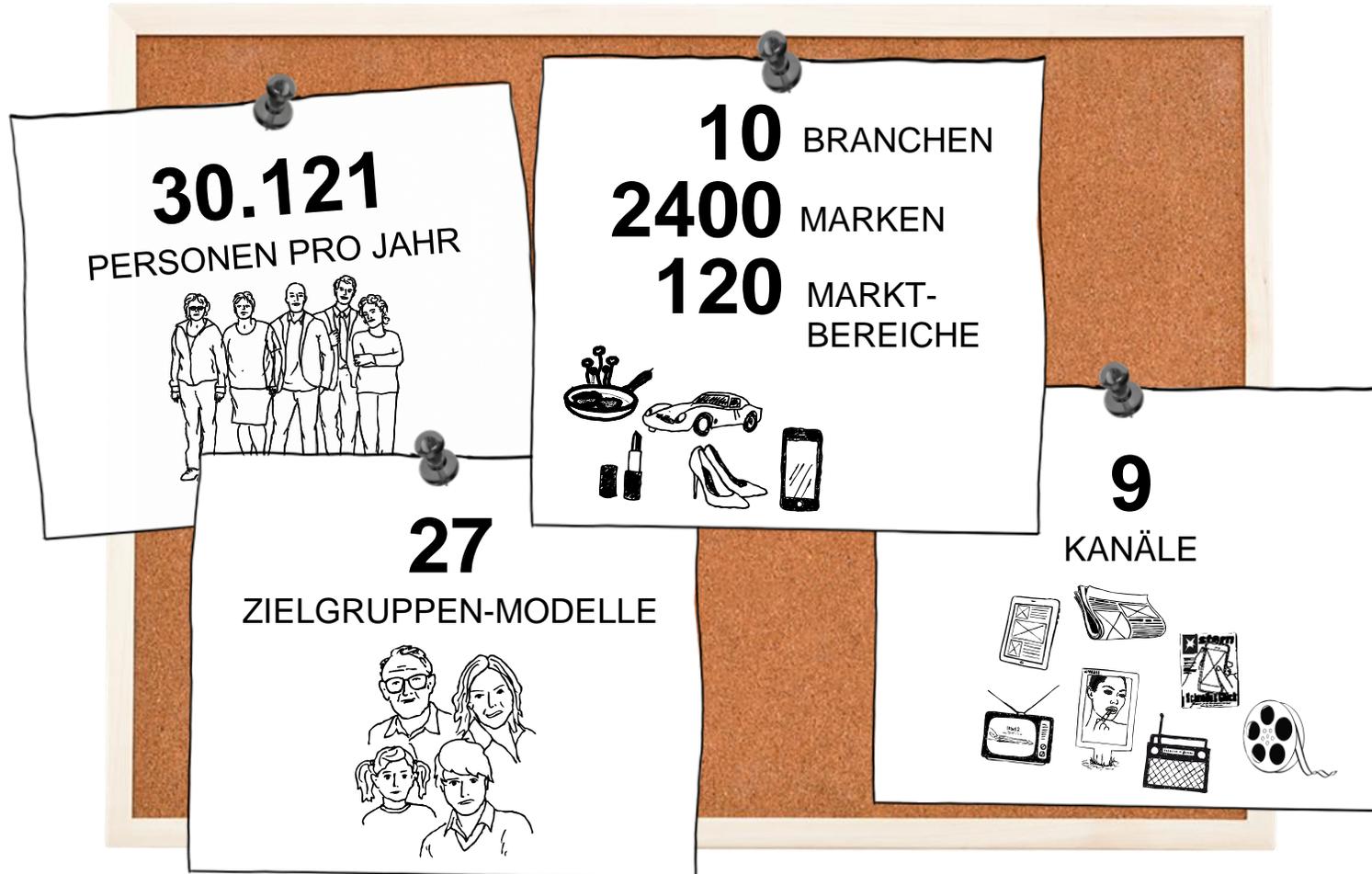
FOKUS:
INSIGHTS ZU MÄRKTEN
UND ZIELGRUPPEN SOWIE
MEDIA-PLANUNG



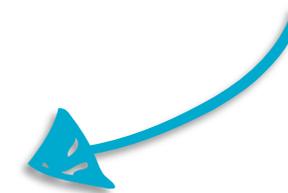
b4t best for
tracking.

FOKUS:
WERBEWIRKUNGS-
FORSCHUNG FÜR
MARKEN UND KREATION

B4P STEUERT MILLIONEN VON DATENPUNKTEN ZUR ERKENNTNISGEWINNUNG BEI



b4p best for planning.



B4T LIEFERT FUNDIERTE DATEN FÜR KOMPLEXE ENTSCHEIDUNGEN



b4t best for tracking.



WIR STEHEN IN ENGEM AUSTAUSCH MIT AGENTUREN UND KUNDEN



gik Gesellschaft für integrierte
Kommunikationsforschung

JOURNALISTISCHE MEDIEN SCHAFFEN BRAND SAFETY



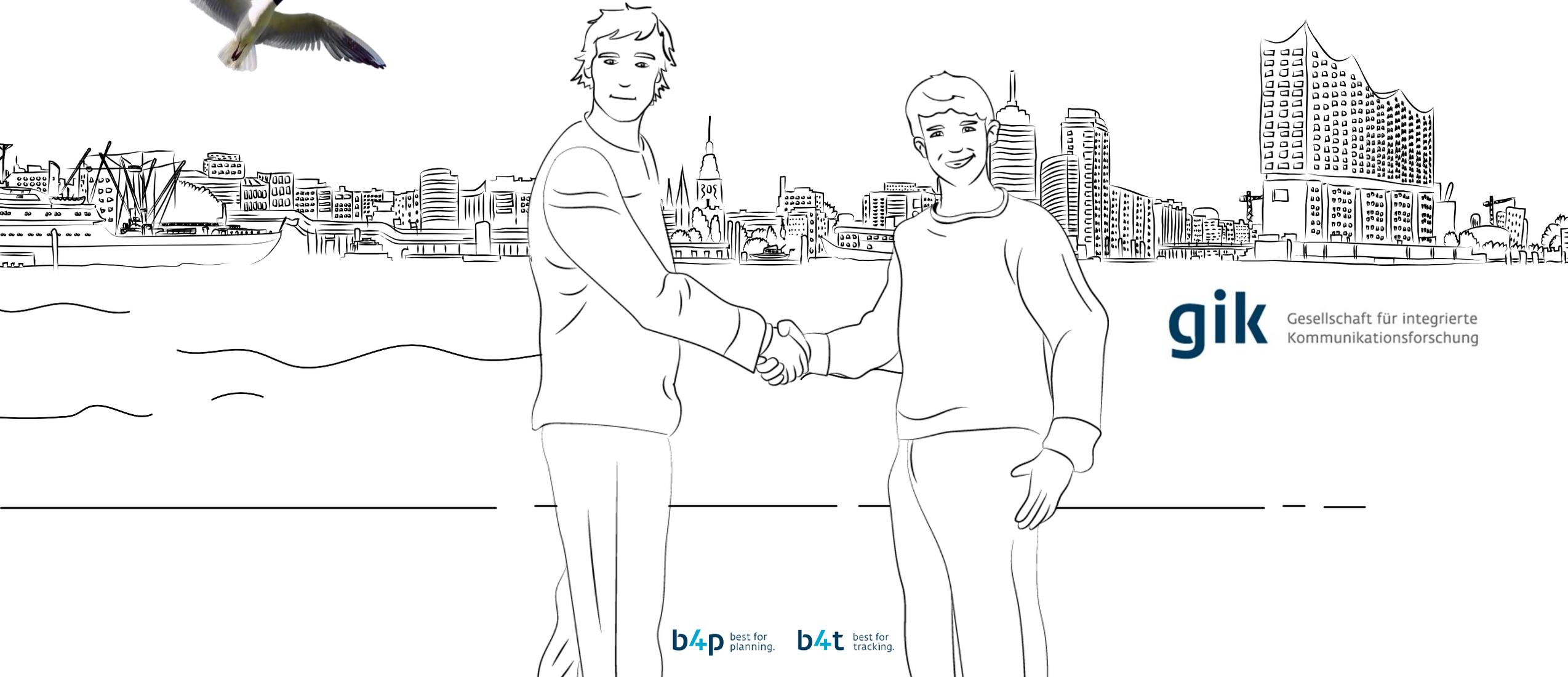
SOCIAL MEDIA KANN KEINEN MARKENSCHUTZ GARANTIEREN



WAS BEDEUTET DAS PERSPEKTIVISCH FÜR UNSERE ZUKUNFT?

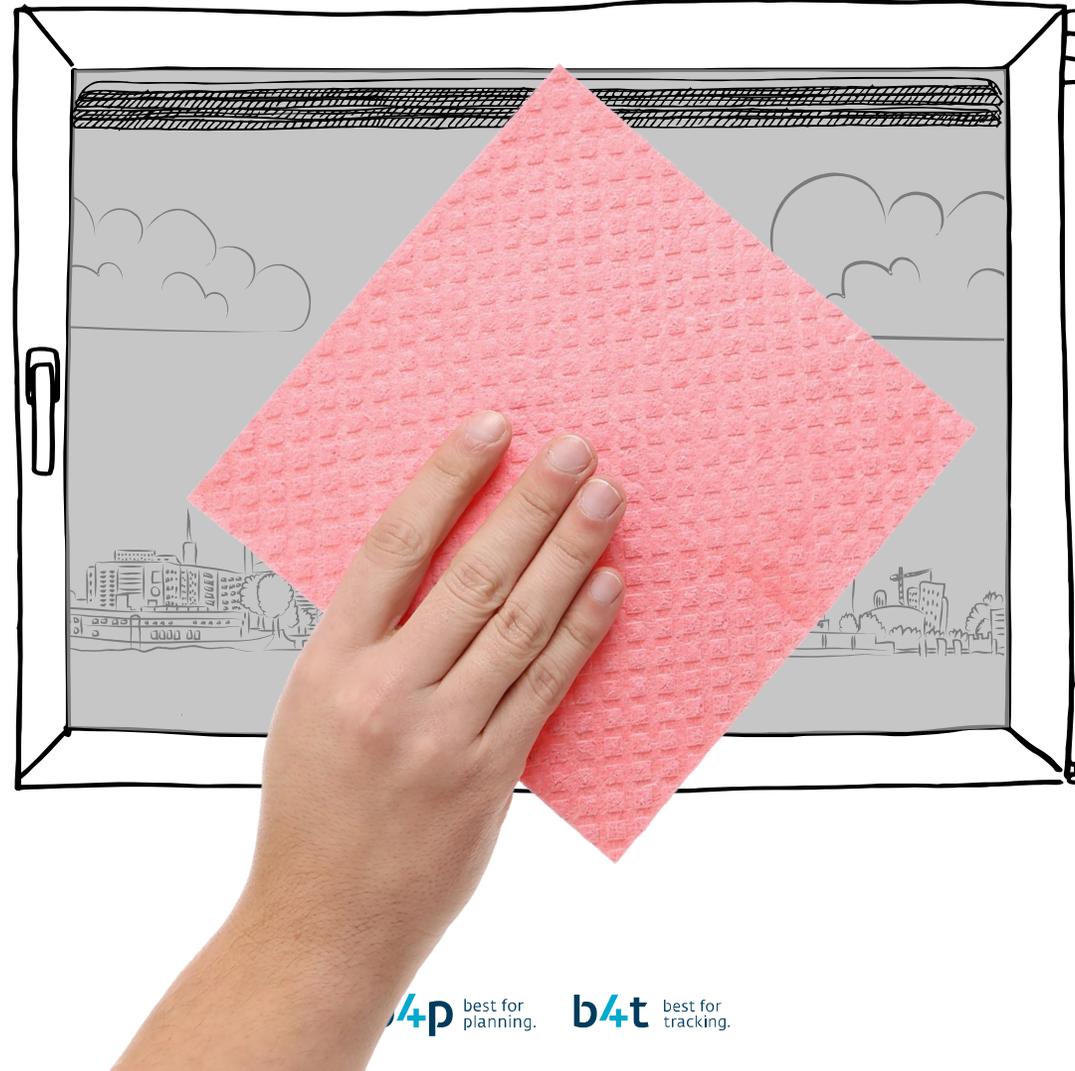


GUTE KOMMUNIKATION UND STARKE BEZIEHUNGEN ALS SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG



gik Gesellschaft für integrierte
Kommunikationsforschung

FORDERN SIE TRANSPARENZ



FORDERN SIE TRANSPARENZ UND QUALITÄT

