

ams

DATA
DRIVEN
DIGITAL **OOH**

#DataDrivenDOOH

8 grudnia 2022
BEST PRACTICES.
Dane vs przekonania

Partnerzy
merytoryczni

YOTTA
BY PUBLICIS GROUPE



PROXI-CLOUD

Partner
honorowy

iab.
polska

Partner
medialny

NowyMarketing

ams

DATA
DRIVEN
DIGITAL OOH



Mateusz Chołuj

CEO Proxi.cloud

Iwona Kołodziejek

Business Development Director Proxi.cloud



Mobile w symbiozie z OOH?

Jak innowacyjnie i efektywnie łączyć online
z offline

Jak działa nasza technologia?

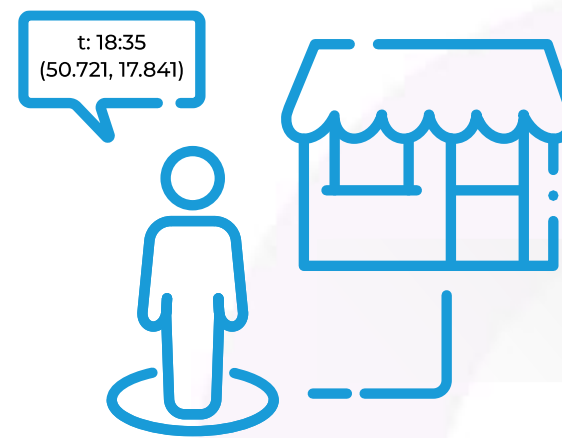


1.



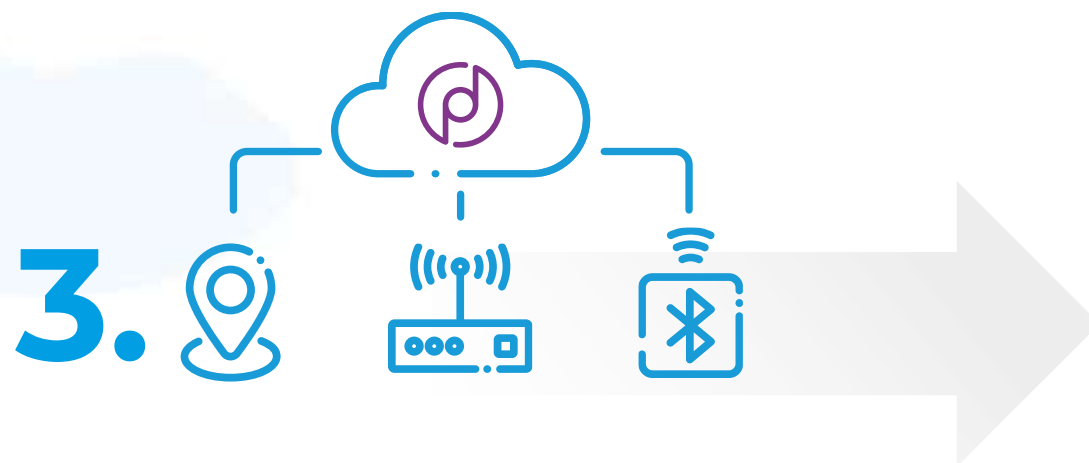
Użytkownik instaluje jedną z aplikacji Partnerskich zintegrowanych z **siecią Proxi.cloud**

2.



Kiedy wchodzi do jednej z monitorowanych przez nas **180 000 lokalizacji**, aplikacja przesyła informację na nasze serwery

Jak działa nasza technologia?



Dodatkowo, smartfon przesyła nam widziane **sieci WiFi i beacons**, wraz z siłą sygnału, co pozwala określić m.in. kontakty z wewnętrznym DOOH



Monitorując rzeczywiste zachowania i ścieżki 5 milionów Polaków, znamy **dokładny profil i przepływy odbiorców** nośników OOH i DOOH

Łączymy online z offline od 2017 roku



5 000 000

Użytkowników
w naszym zasięgu

180 000

Monitorowanych
lokalizacji w Polsce

20 000

Zbadanych
nośników OOH



Przekonania vs dane

Część I: Mobile

#1 Wszystkie dane mobilne to to samo?

1st party



VS

3rd party



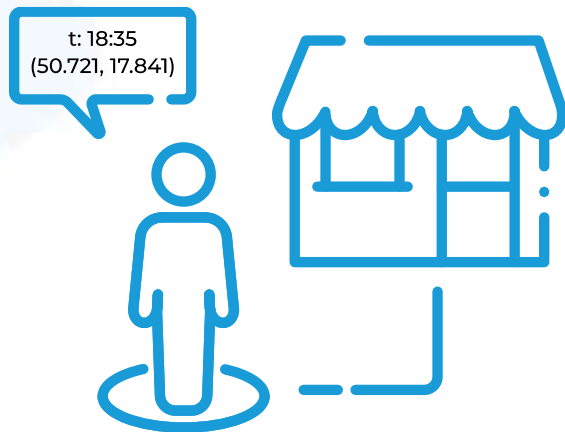
#1 Wszystkie dane mobilne to to samo?

80%

Danych lokalizacyjnych z bid stream (3rd party) jest błędnych

#1 Wszystkie dane mobilne to to samo?

Geofencing



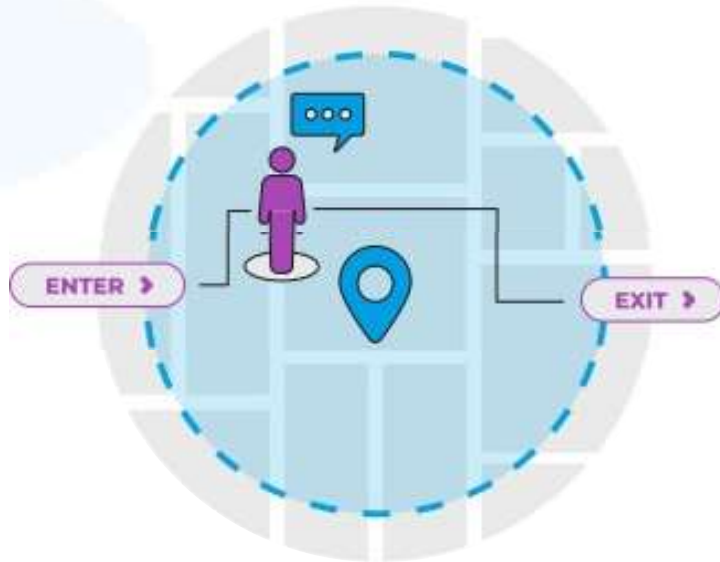
VS

„Gołe” współrzędne



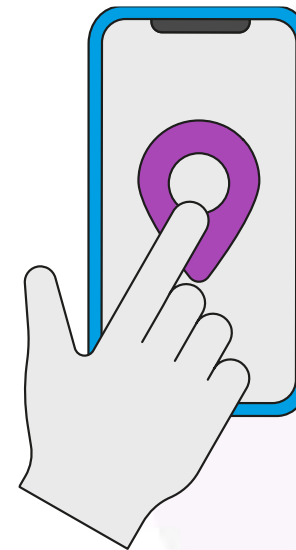
#2 Większa próba = wyższa jakość?

Background



VS

Foreground

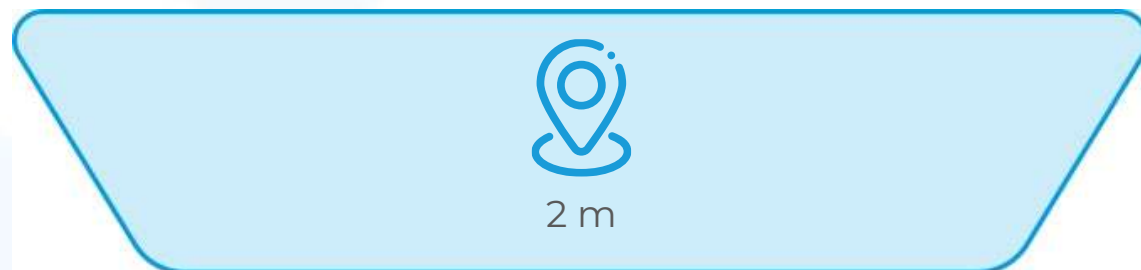


#2 Większa próba = wyższa jakość?

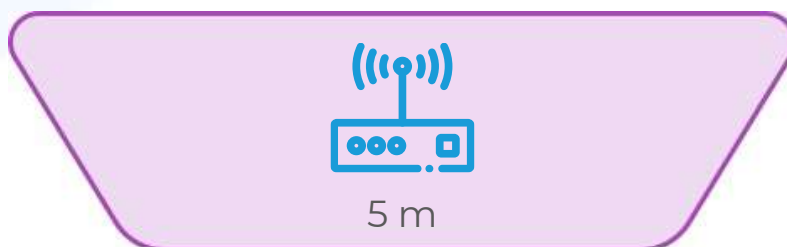
-65%

Tylu kontaktów nie rejestrujemy
przy zgodach foregroundowych

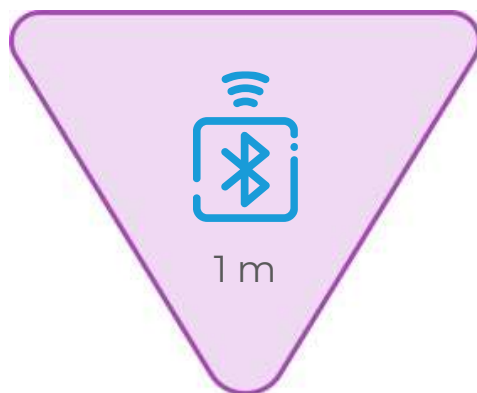
#3 Tylko outdoor jest mierzalny?



OUTDOOR



INDOOR



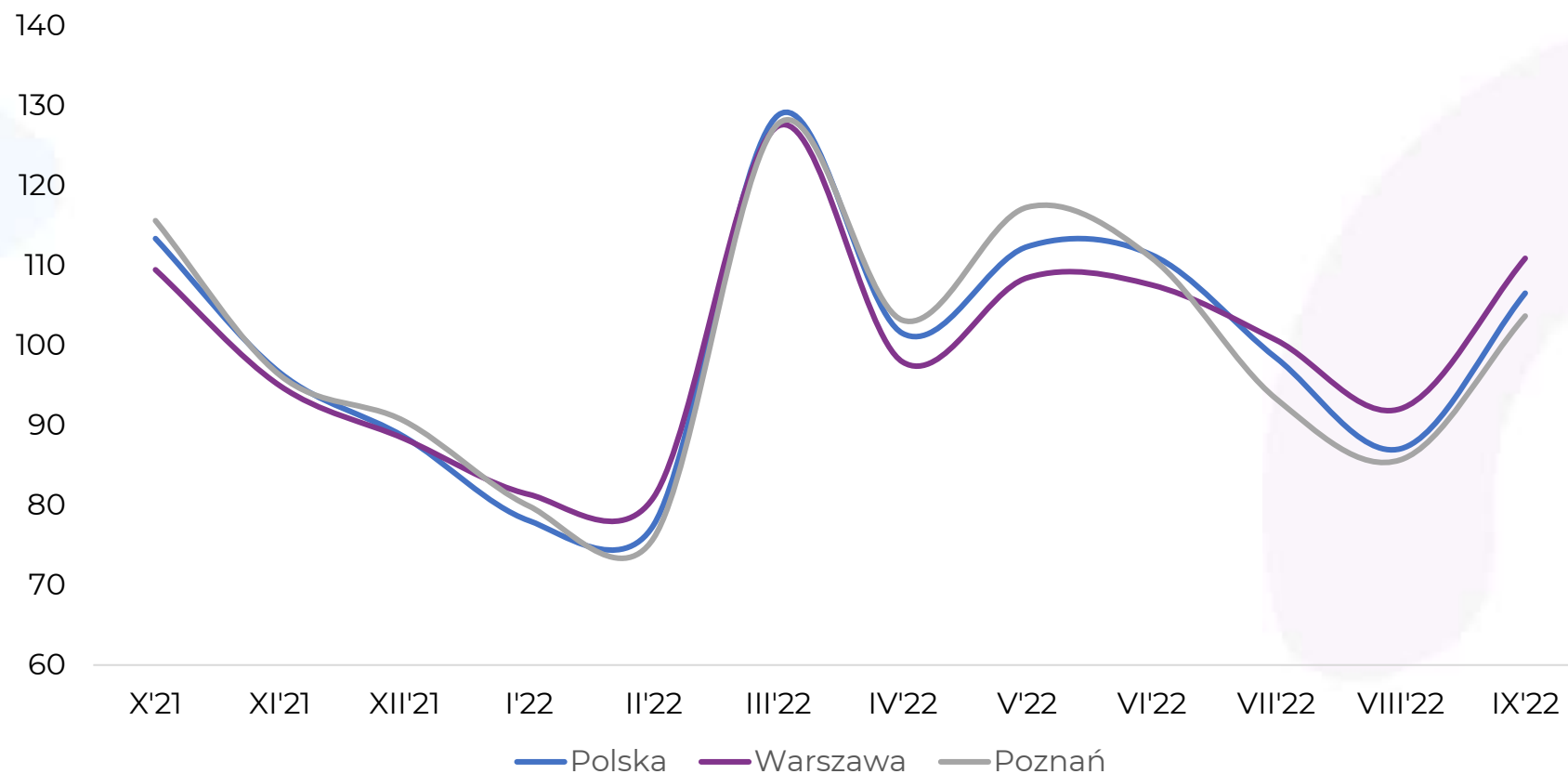


Przekonania vs dane

Część II: DOOH

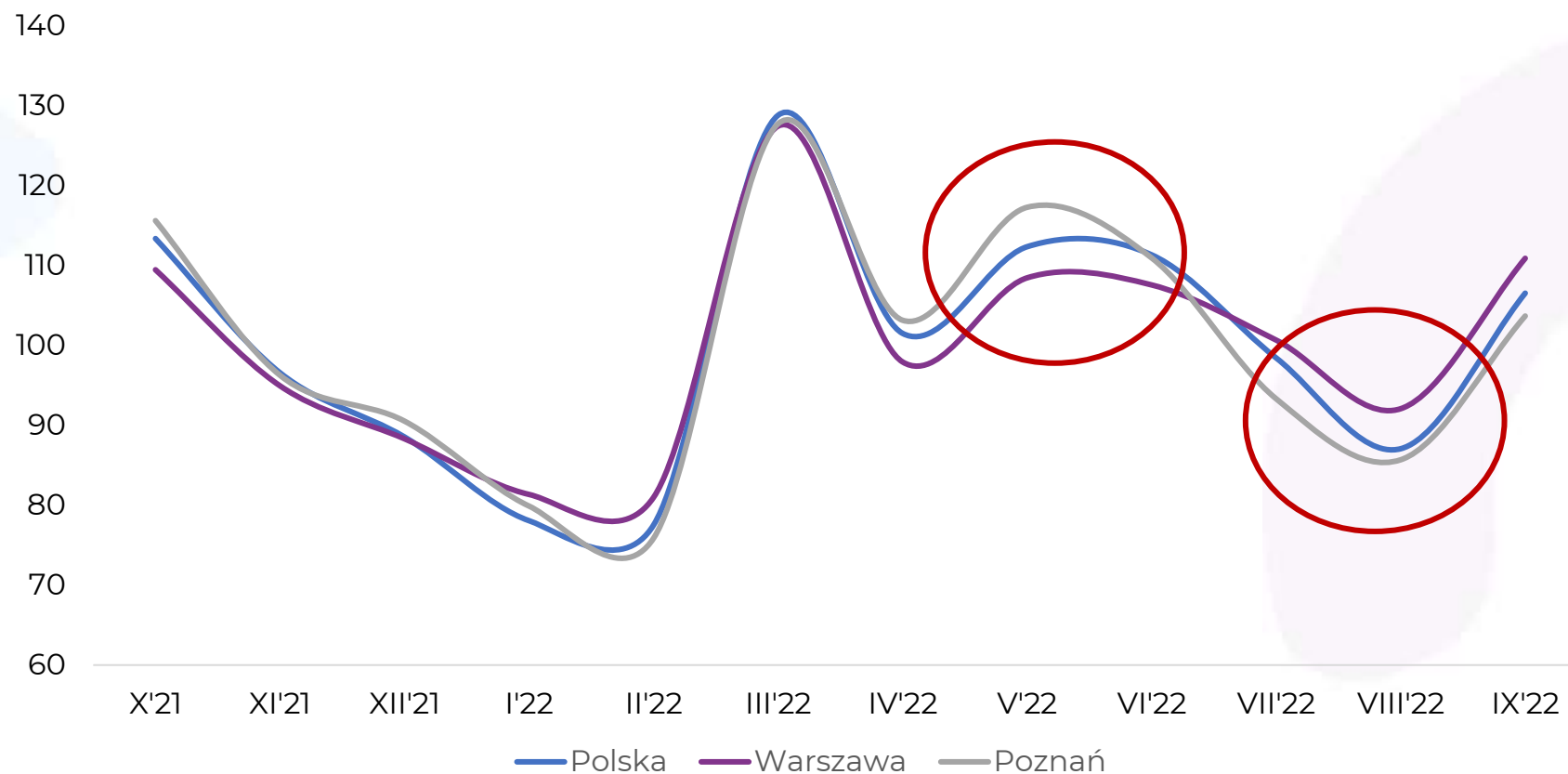
#4 W DOOH nie ma sezonowości?

Index ruchu wokół zewnętrznych DOOH



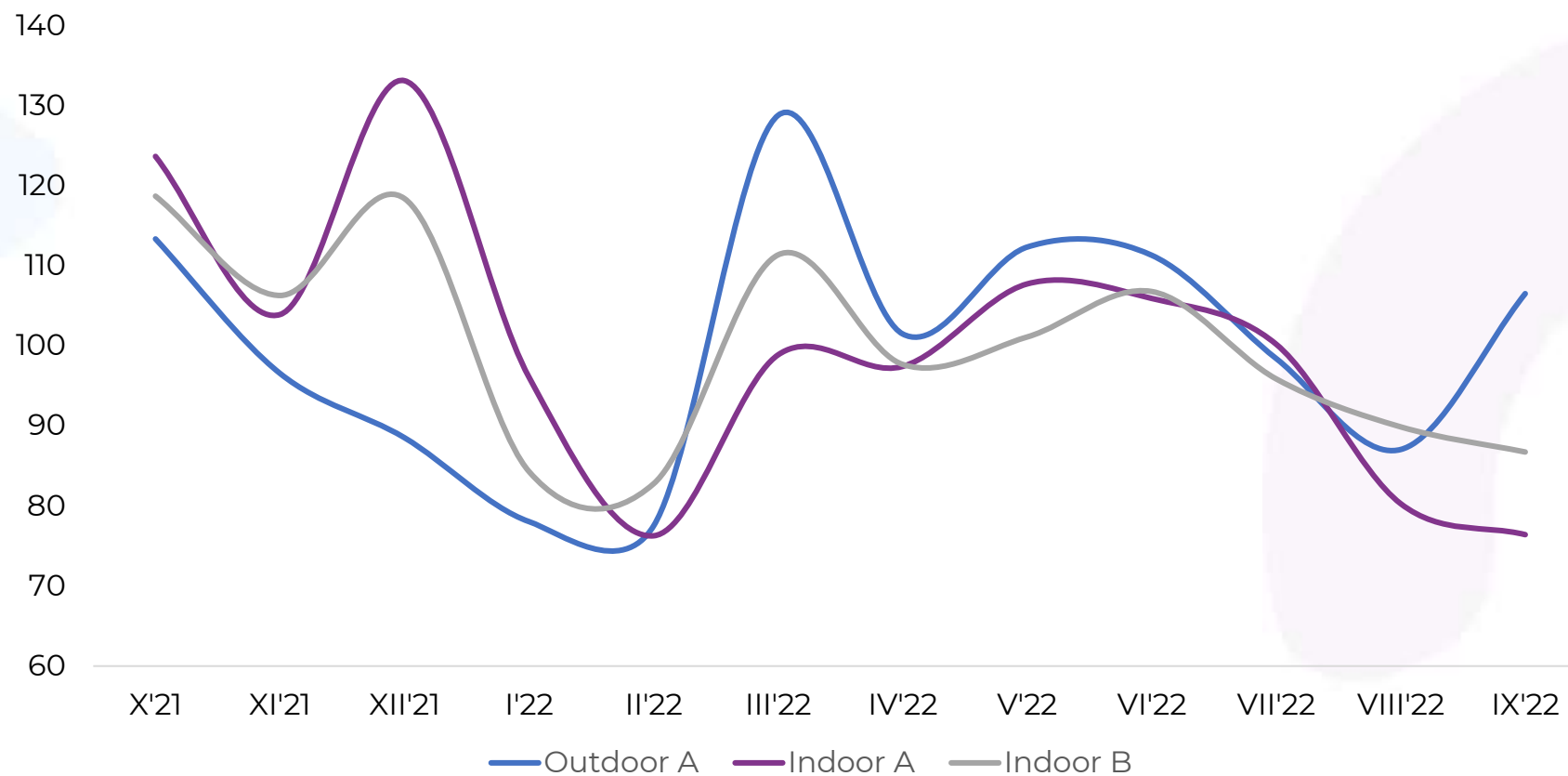
#4 W DOOH nie ma sezonowości?

Index ruchu wokół zewnętrznych DOOH

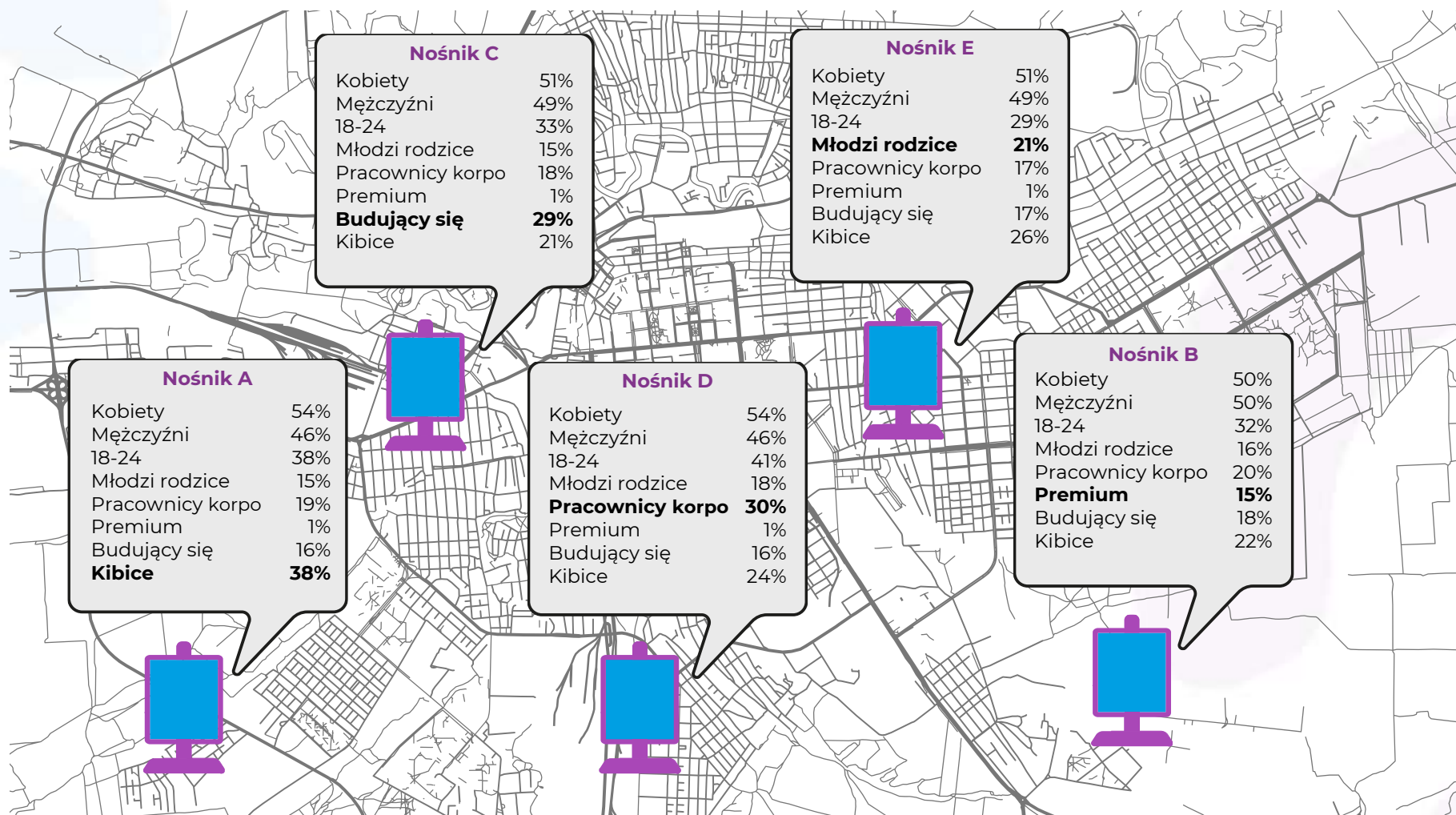


#4 W DOOH nie ma sezonowości?

Index ruchu wokół konkretnych nośników DOOH

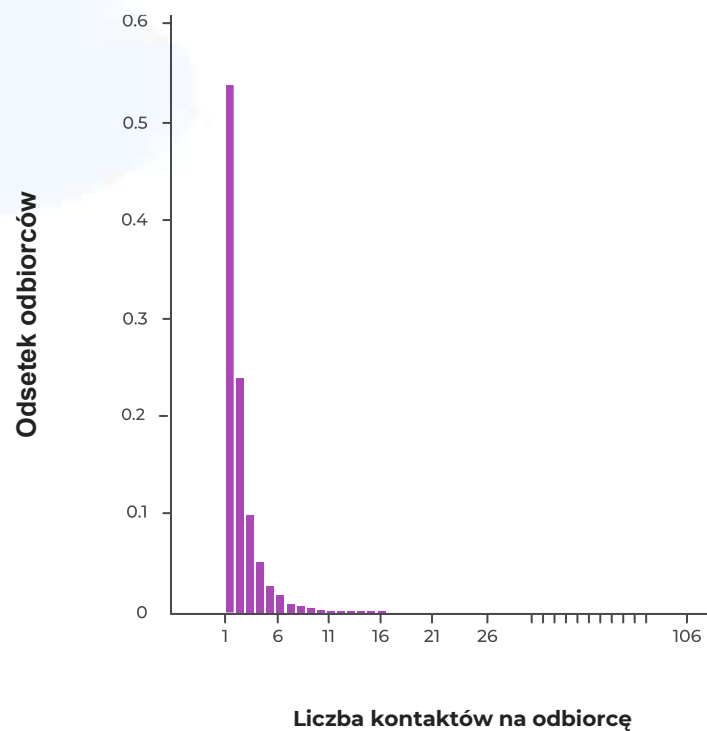


#5 Liczy się tylko format?

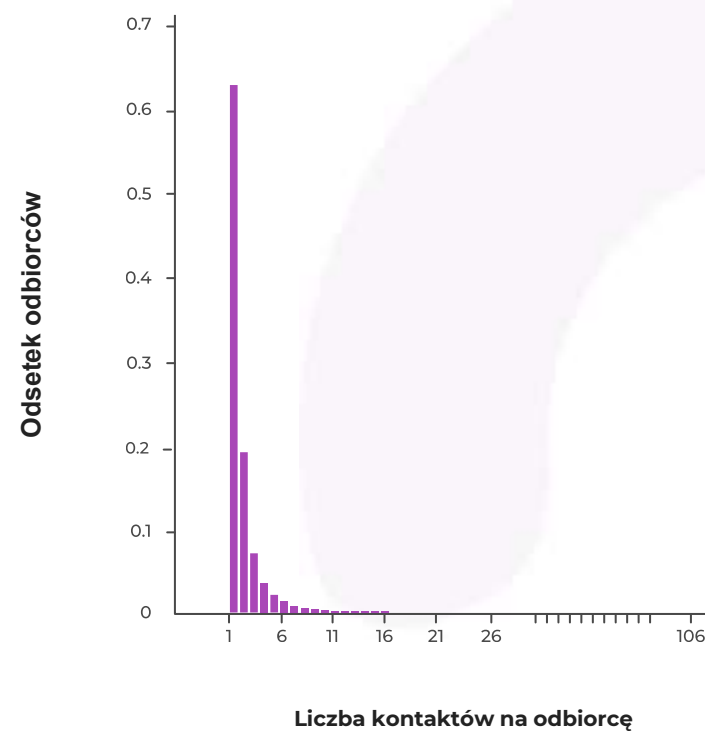


#6 DOOH to możliwość mikrotargetowania jak w Internecie?

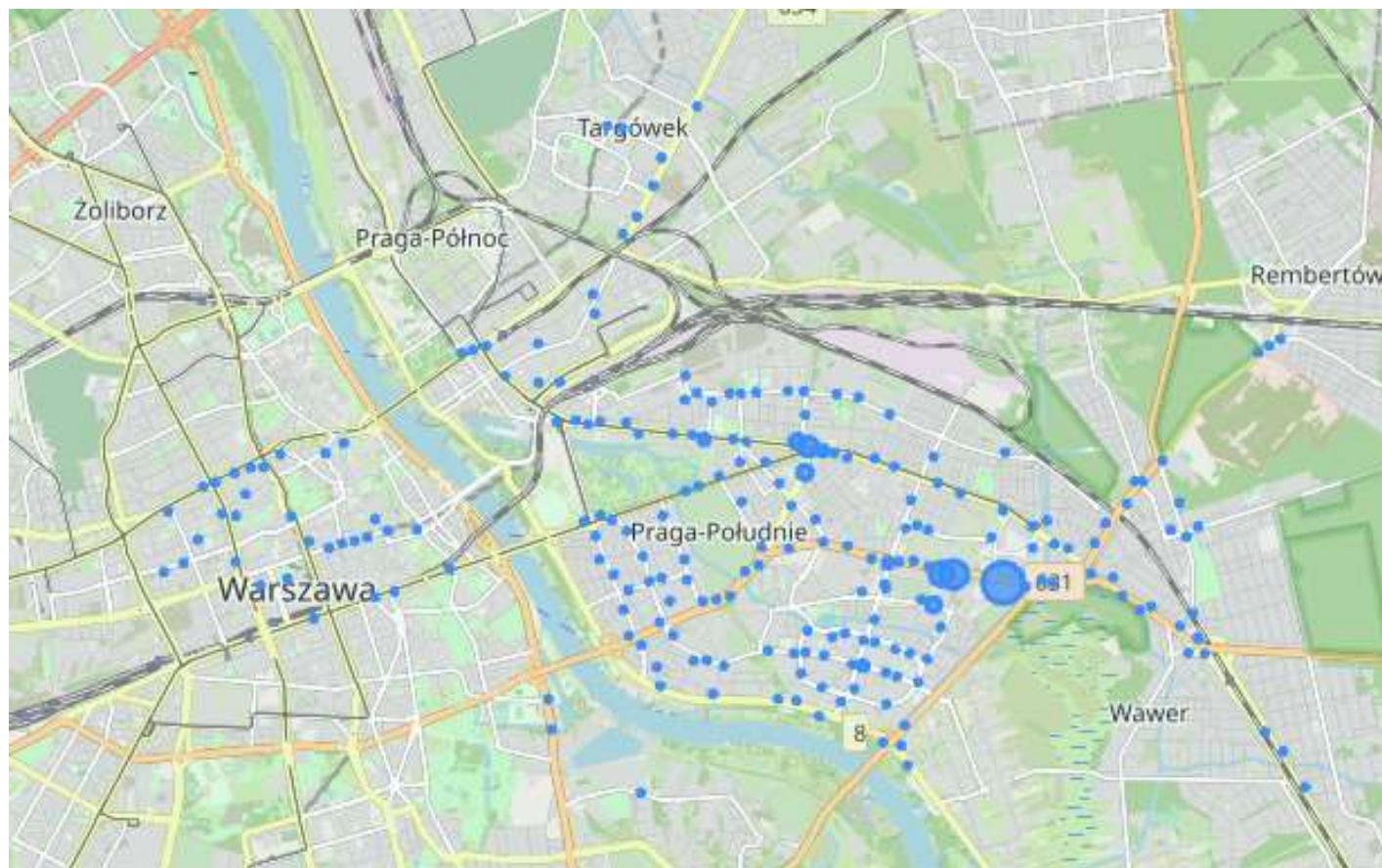
Nośnik w Centrum Warszawy

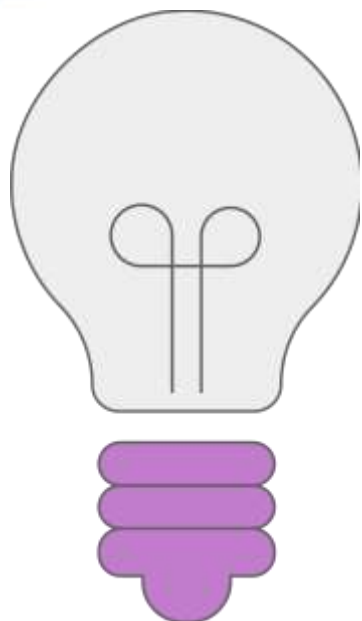


Nośnik w Warszawie - Wawer



#6 DOOH to możliwość mikrotargetowania jak w Internecie?





Co mówią dane?

Podsumowanie

Co mówią dane?

- #1 Dane danym nierówne – źródło danych ma znaczenie
- #2 Sama wielkość próby nie stanowi o jakości badania
- #3 Nie tylko outdoor jest mierzalny – mobile zmierzy indoor
- #4 Sezonowość dotyka też DOOH i to nie wszędzie tak samo
- #5 W DOOH kupujesz dotarcie, nie czas na nośniku
- #6 DOOH to nadal medium zasięgowe (one-to-many)

Dziękujemy !



Mateusz Chołuj

CEO

Proxi.cloud

mateusz.choluj@proxi.cloud



Iwona Kołodziejek

Business Development Director

Proxi.cloud

iwona.kolodziejek@proxicloud.com



contact@proxi.cloud | www.proxi.cloud