

ams

DATA
DRIVEN
DIGITAL **OOH**

#DataDrivenDOOH

28 listopada 2023

Warszawa | Online

WSPÓŁCZESNA WIDOWNIA.

Liczby vs Praktyka.

Partnerzy merytoryczni:

 **alterdata.io**



Partnerzy medialni:

NowyMarketing

chillizet

 **GAZETA.PL**

Partner honorowy:

iab.polska

Akredytacja:



Organizator:

ams

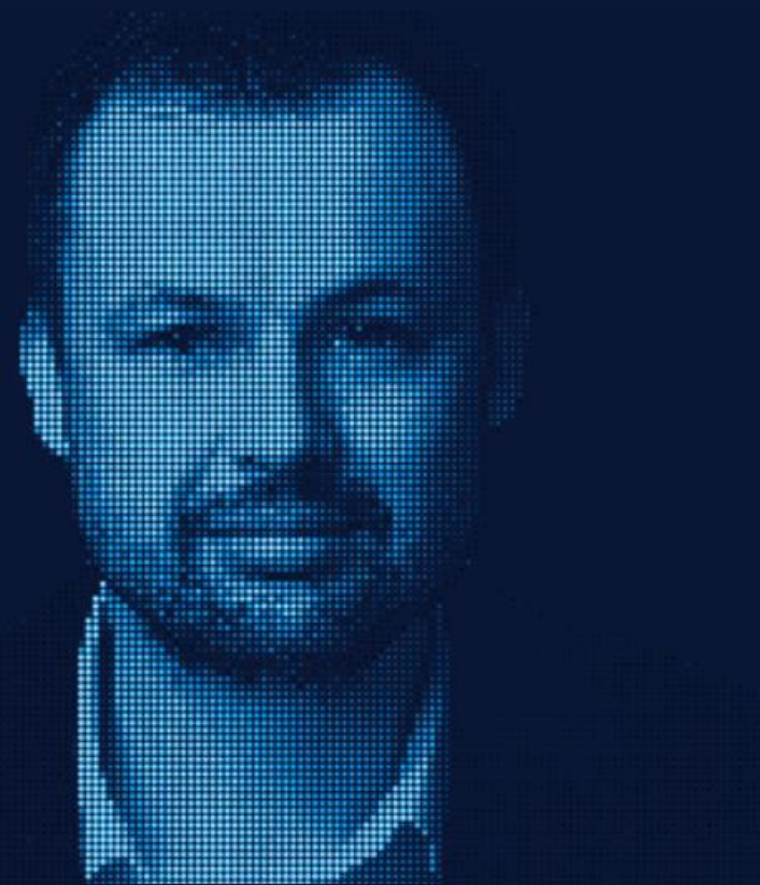
ams

DATA ●●●
DRIVEN ●●●
DIGITAL OOH



Katarzyna Smyk-Borowiec

Trading Specialist w Publicis Groupe



Bartosz Sieradzki

Investment & Trading Director w Publicis Groupe



Odkrywamy wyniki Precision OOH

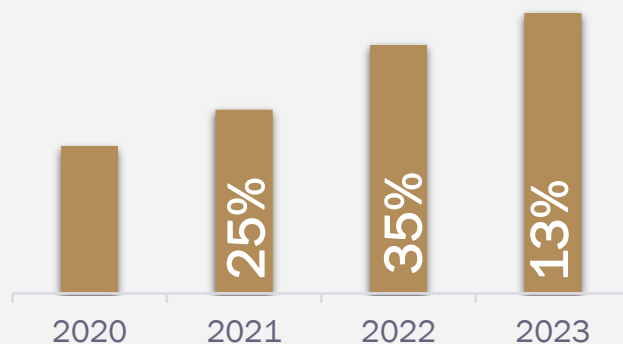
nowatorski model obejmujący wszystkie nośniki OOH,
liczący kontakty i zasięgi w populacji ogólnopolskiej.



Reklama OOH / WIELKOŚĆ RYNKU

600

mln PLN rocznie



70%

nośniki tradycyjne

5.5%

udziału w rynku reklamy

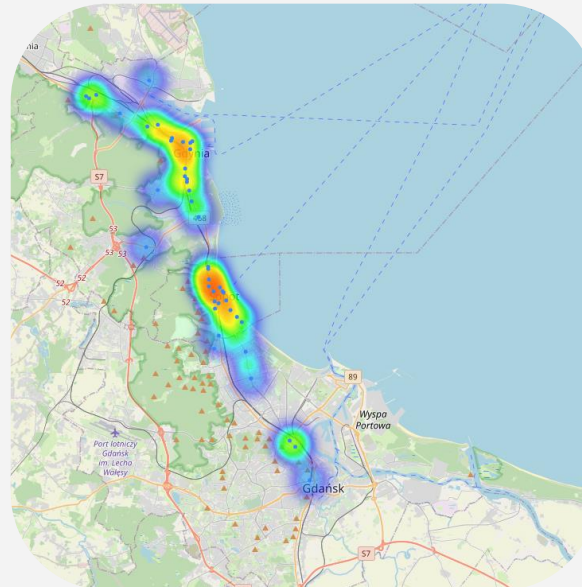
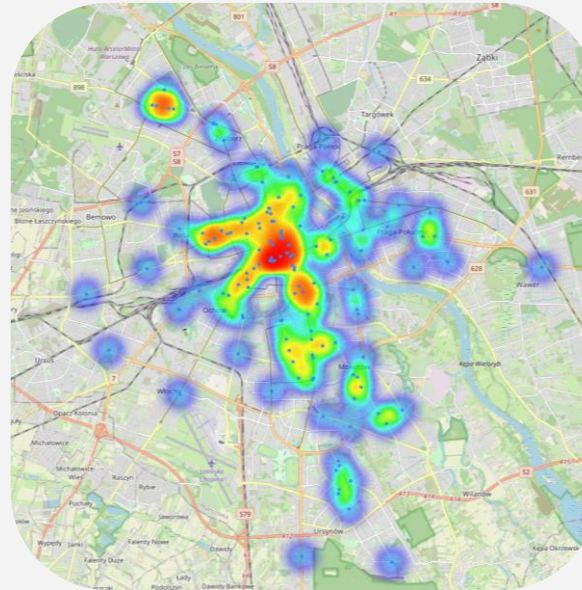


Metodologia badania / PANELIŚCI

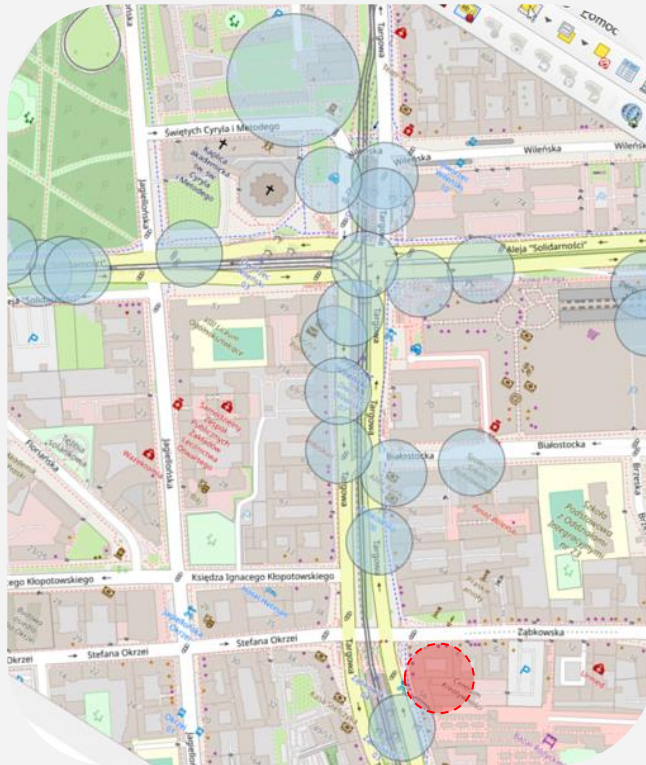
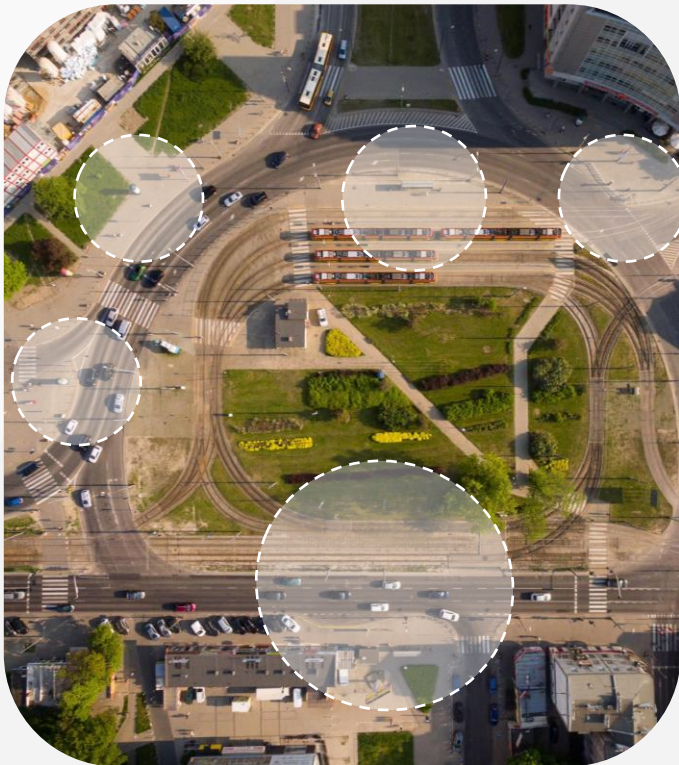
1,9 mln
unikalnych użytkowników



Demografia
Profilowanie behawioralne



Metodologia badania / NOŚNIKI



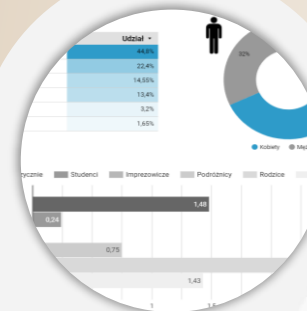
Metodologia badania / OD PANELISTY DO POSTBUYA

Pomiar interakcji
panelistów
z monitorowanymi
geofence'ami w czasie
trwania kampanii



Przygotowanie i publikacja
raportu postbuy

Analizy efektywności
poszczególnych nośników



Import tablic do systemu OMI.

Automatyczne wykreślenie
geofence'ów dla określonych
formatów

Modelowanie danych z pomiaru
na populację.

Uzyskanie danych o unikalnym
zasięgu, kontaktach, demografii i
profilach behawioralnych



Ludność w Polsce / NIE TYLKO MIASTA



980 miast | 60%

40% | 15 mln



Nośniki reklamowe / MOŻLIWOŚĆ REKLAMY

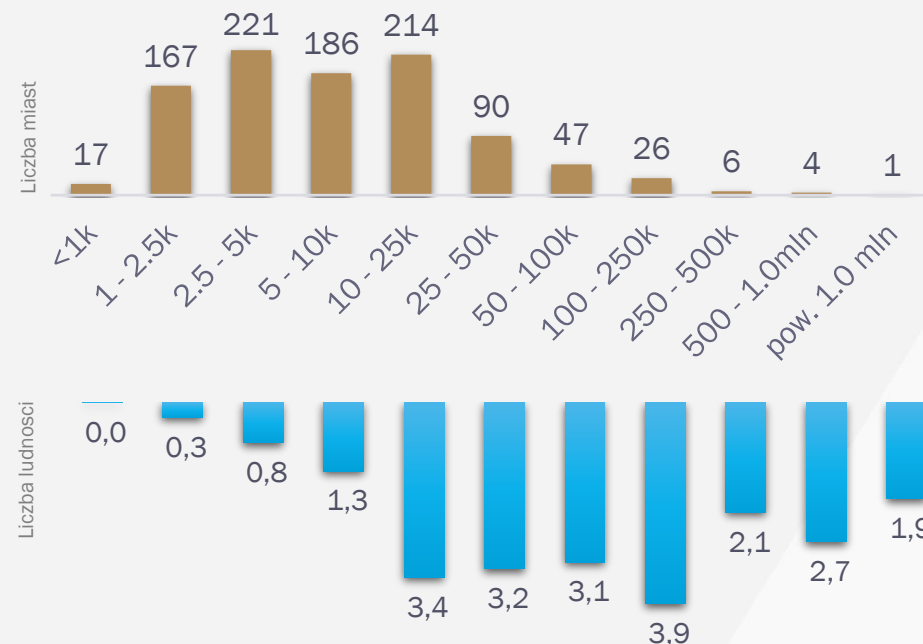
46 000

systemowych nośników
reklamowych

75%

34 500

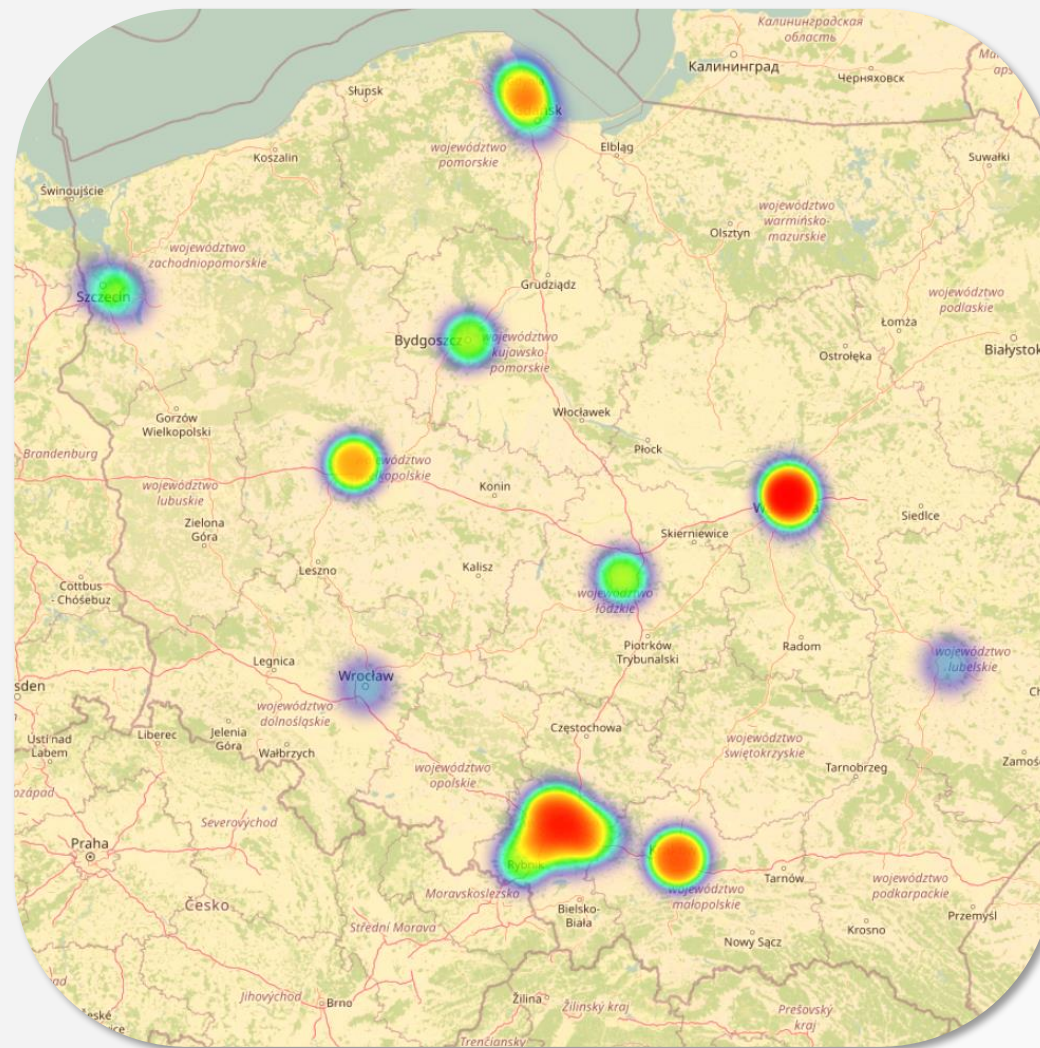
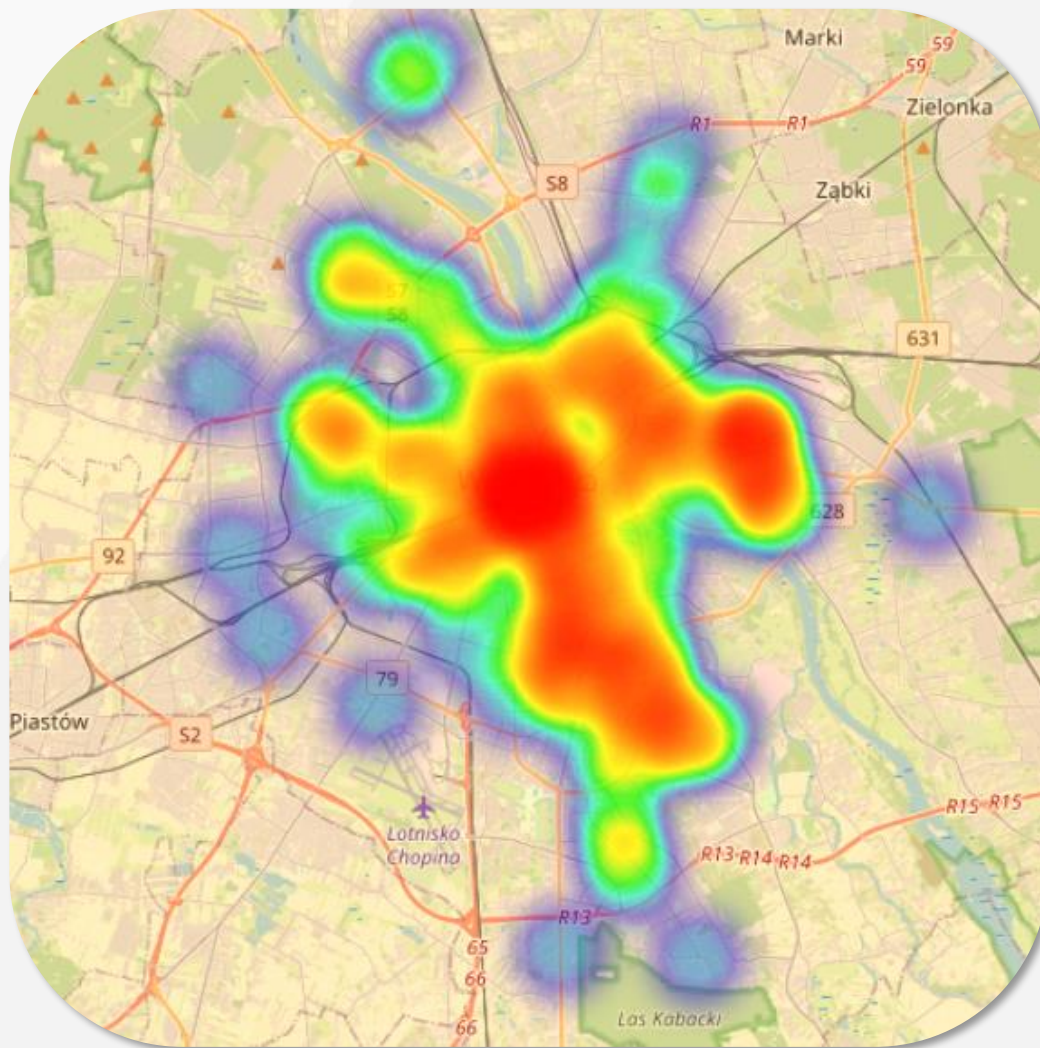
nośników w 10 największych
aglomeracjach



12mln – 1/3

mieszka w 10 największych aglomeracjach

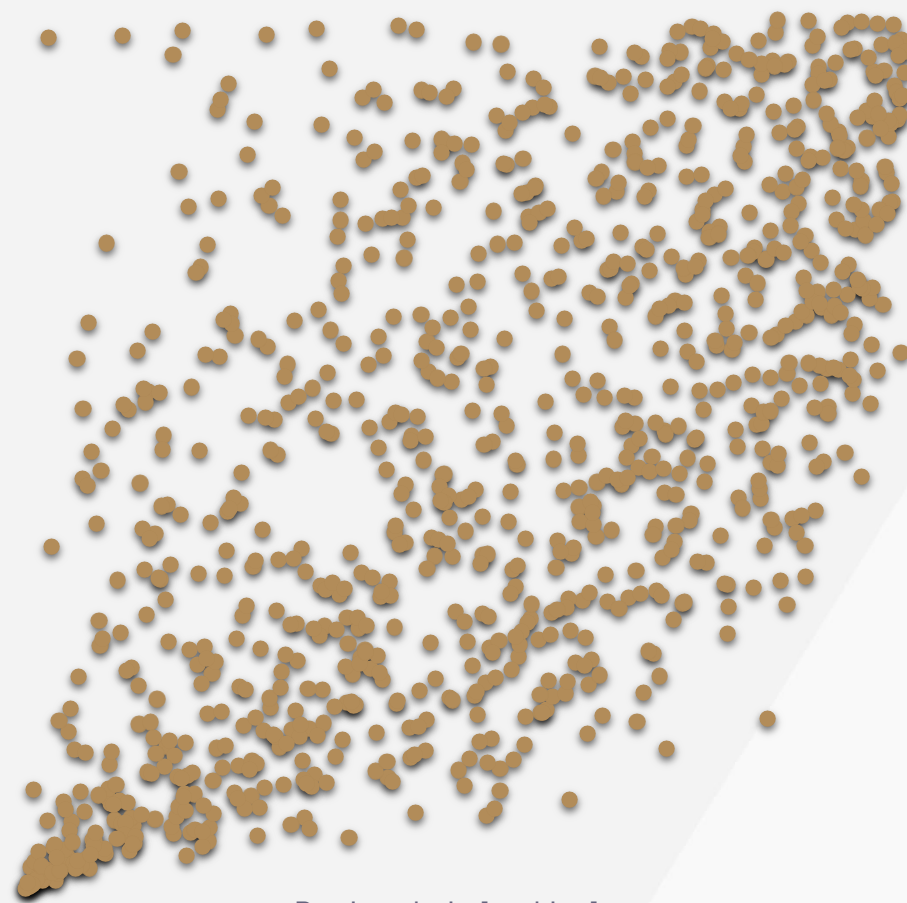
Migracje / GDZIE WIDZIANO MOJĄ REKLAMĘ



Ludność w Polsce / DLACZEGO NIE TYLKO MIASTA



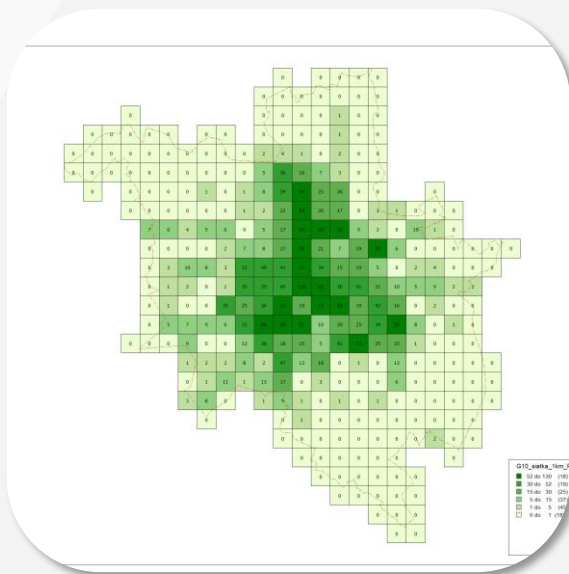
Liczba ludności [ranking]



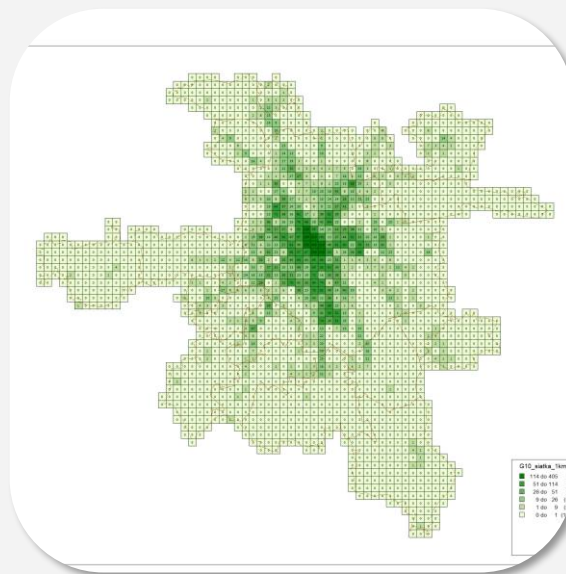
Powierzchnia [ranking]

Miasta / ZRÓŻNICOWANIE PRZESTRZENNE

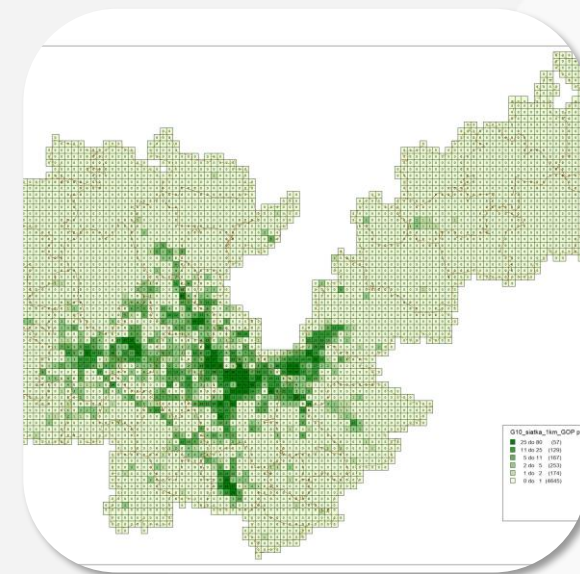
Poznań



Warszawa

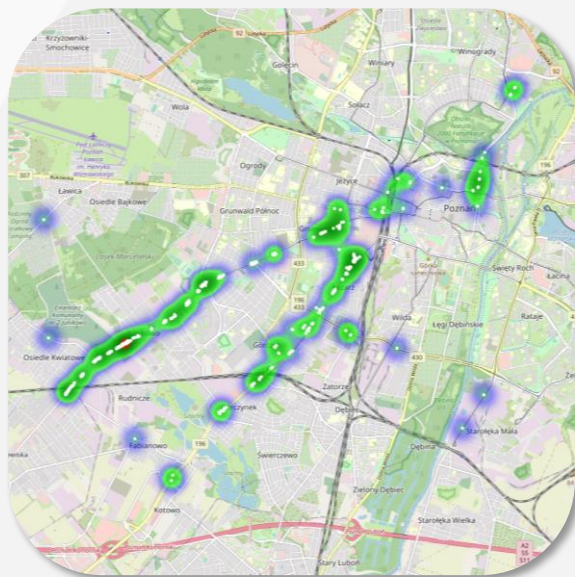


GOP/GZM

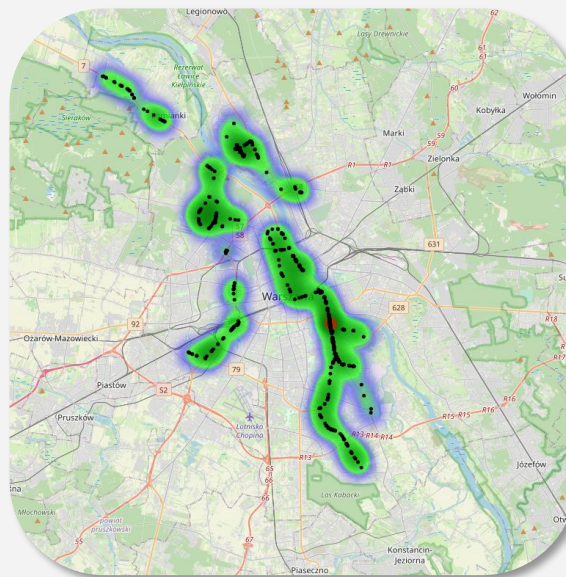


Miasta / RÓŻNICE W KORZYSTANIU Z OUTDOORU

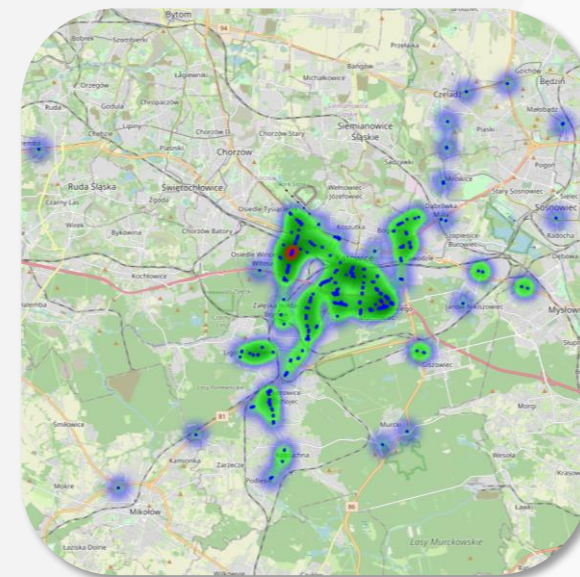
Poznań



Warszawa



GOP/GZM



Miasta / WYBRANE CECHY



Poznań

261,8 km²

Warszawa

517 km²

GOP/GZM

2 554 km²



529,4 tys.

1 794 tys.

2 250 tys.



2 011 os./km²

3 469 os./km²

881 os./km²



356 km/100 km²

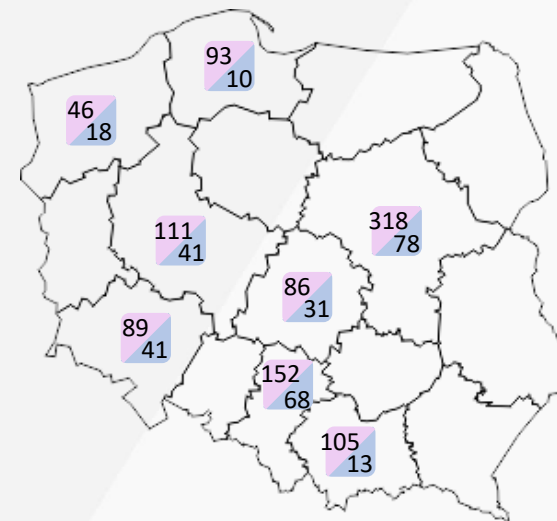
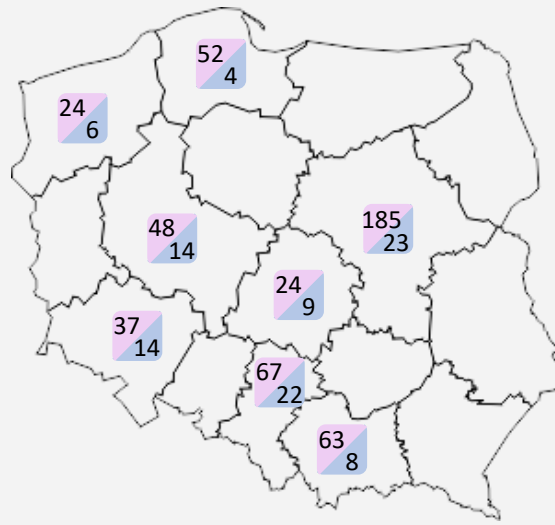
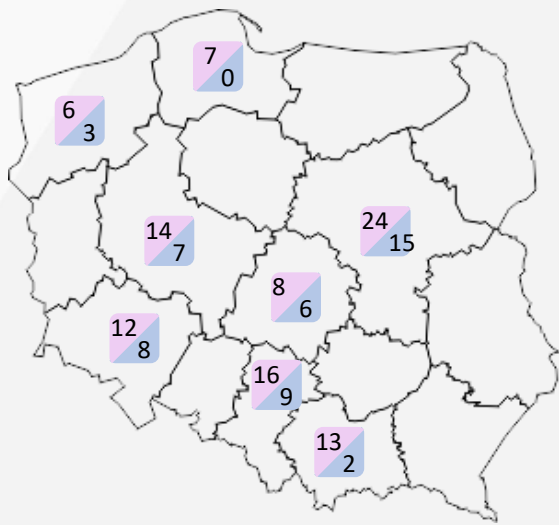
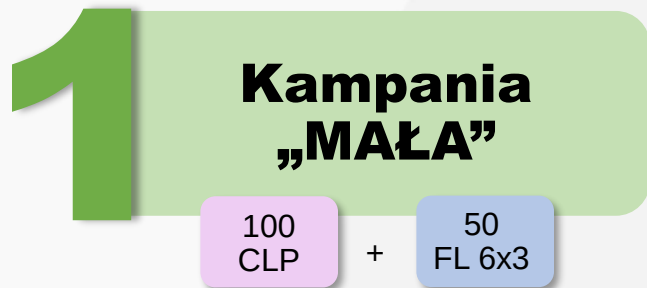
549 km/100 km²

253 km/100 km²

Jak planowaliśmy OOH do tej pory?



Mówimy: Sprawdzam!



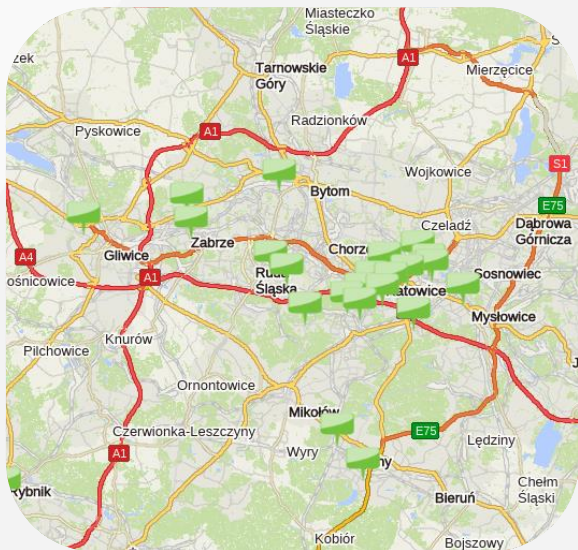
Mówimy: Sprawdzam!

1 Kampania „MAŁA”

100
CLP

+

50
FL 6x3

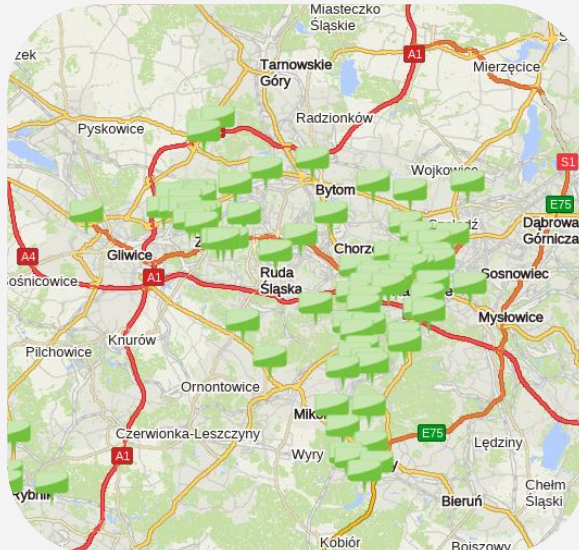


2 Kampania „ŚREDNIA”

500
CLP

+

100
FL 6x3

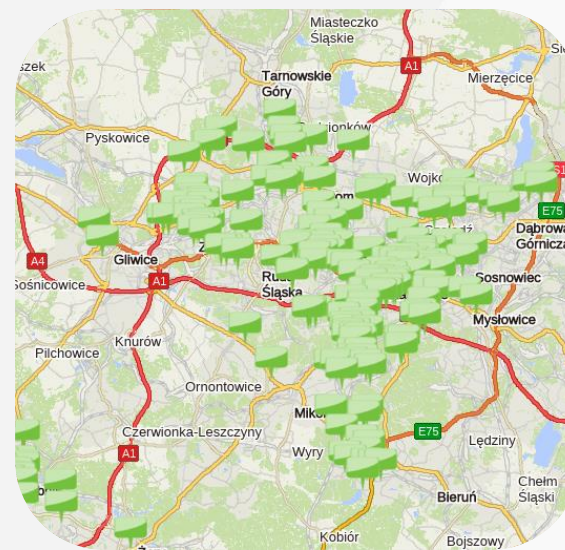


3 Kampania „DUŻA”

1000
CLP

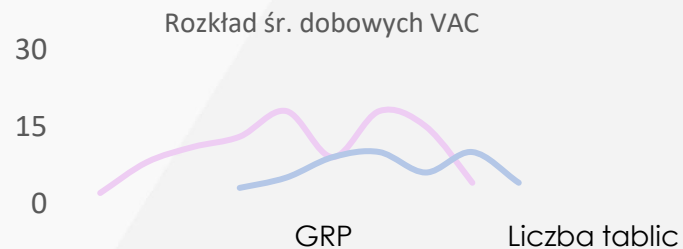
+

500
FL 6x3



1 Kampania „MAŁA”

100 CLP + 50 FL 6x3



GOP	148	24
Kraków	127	15
Łódź	178	14
Poznań	175	19
Szczecin	152	9
Trójmiasto	146	13
Warszawa	181	38
Wrocław	201	18

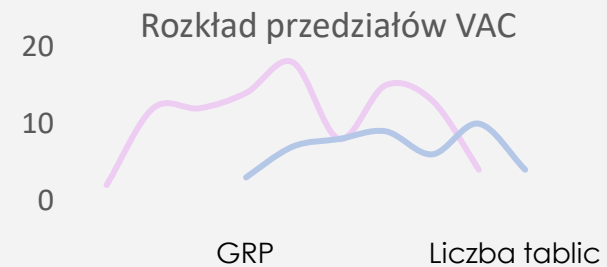
150

Liczba kontaktów: 20 188 279

σ
-44%



Precision OOH



GOP	150	27
Kraków	148	20
Łódź	175	13
Poznań	172	18
Szczecin	151	9
Trójmiasto	146	14
Warszawa	175	35
Wrocław	189	14

150

Liczba kontaktów: 20 353 520

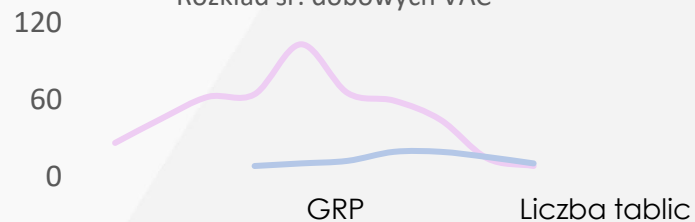
2 Kampania „ŚREDNIA”

500
CLP

+

100
FL 6x3

Rozkład śr. dobowych VAC



GOP	218	89
Kraków	249	71
Łódź	207	33
Poznań	272	62
Szczecin	192	30
Trójmiasto	315	56
Warszawa	348	208
Wrocław	279	51

600

Liczba kontaktów: 33 846 950

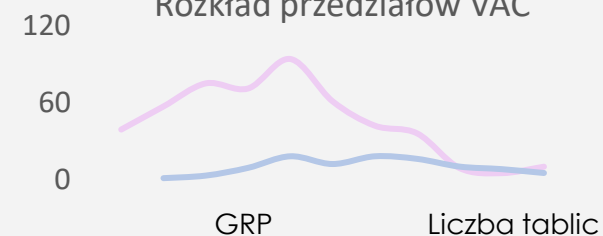
σ

-47%



Precision OOH

Rozkład przedziałów VAC



GOP	231	112
Kraków	286	80
Łódź	318	49
Poznań	265	58
Szczecin	281	48
Trójmiasto	304	48
Warszawa	316	161
Wrocław	273	44

600

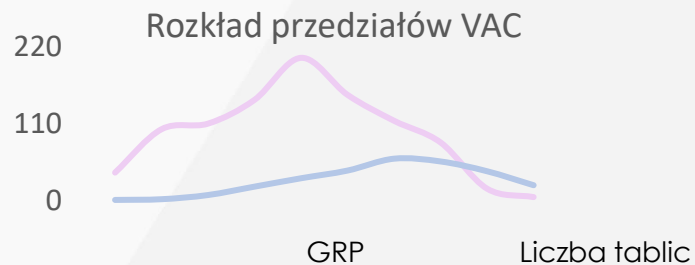
Liczba kontaktów: 36 462 268

3

Kampania „DUŻA”

1000
CLP

+

500
FL 6x3

GOP	367	220
Kraków	355	118
Łódź	491	117
Poznań	453	152
Szczecin	335	64
Trójmiasto	477	103
Warszawa	548	396
Wrocław	498	130

1300

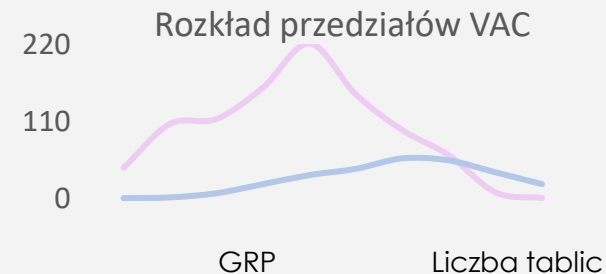
Liczba kontaktów: 55 733 550

σ

-32%



Precision OOH



GOP	386	264
Kraków	501	147
Łódź	477	108
Poznań	448	148
Szczecin	485	84
Trójmiasto	414	98
Warszawa	513	333
Wrocław	482	118

1300

Liczba kontaktów: 57 768 111

Podsumowanie / CZYLI CO DALEJ?

- Kolejne kampanie z Raportami PostBuy
 - Liczba kontaktów z reklamą
 - Unikalny zasięg
 - Profile behawioralne
 - Dane, pozwalające wyciągać wnioski do kolejnych kampanii
- Moduł planowania
 - Dobór nośników z punktu widzenia grup celowych
 - Optymalizacja zasięgu
 - Uwzględnienie modeli sprzedaży





Dziękujemy!

Katarzyna Smyk-Borowiec
Bartosz Sieradzki

katarzyna.smyk-borowiec@publicisgroupe.com
bartosz.sieradzki@publicisgroupe.com

