

# Mobile Audience

# Targeting

Unlocking The Power Of Location



d3con, 11.02.2014  
Daniel Rieber, Director Business Development

**adsquare**



**Cameron Power** @cap0w · 5. Feb.

Wtf is wrong with this dude? What is he looking at? The world?  
[pic.twitter.com/ITpCF5Y5QW](https://pic.twitter.com/ITpCF5Y5QW)

↳ Antworten   ↻ Retweeten   ★ Favorisieren

Medium melden

Mobile USP

# Der allgegenwärtige Begleiter



7:25 Flughafen



13:30 Shopping

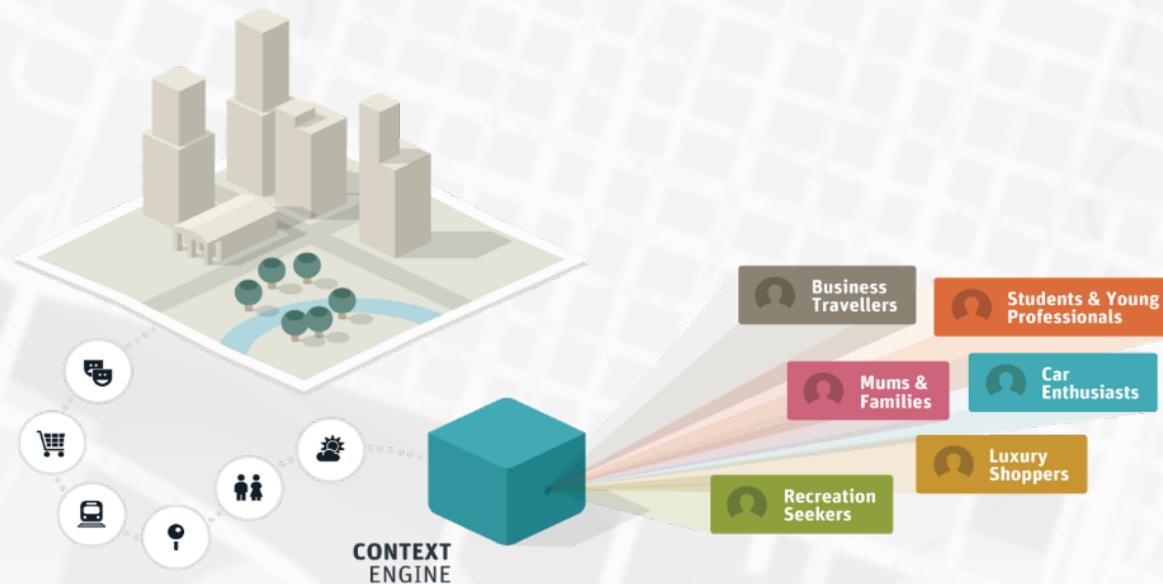


22:10 Konzert

Unsere Lösung

# Mobile Audience Targeting

adsquare nutzt **Ort und Zeit** als Basis, um den lokalen **Kontext** der Nutzer zu beschreiben:

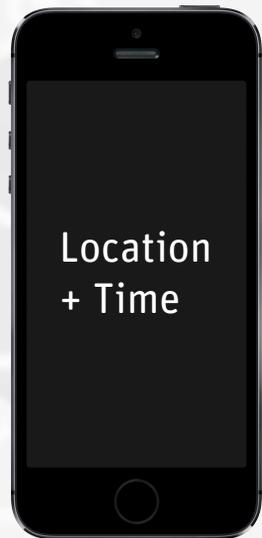


➔ **Dynamische Modellierung – nicht nur statisches Geofencing**

adsquare

Technologie

# Local Context Engine



53.549216

9.992312

Hamburg-Altstadt (Kernstadt)

**POIs**

- Museum
- Library
- Restaurants

**Events**

- d3con
- ...

**Sozios**

- HHNE
- Alter
- Affinitäten
- Bonität
- ...

**Weather**

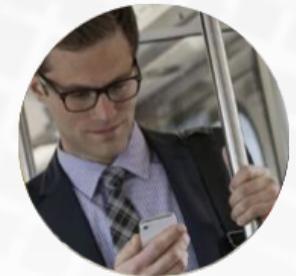
- 6 Grad, Regen



Tourists



Students

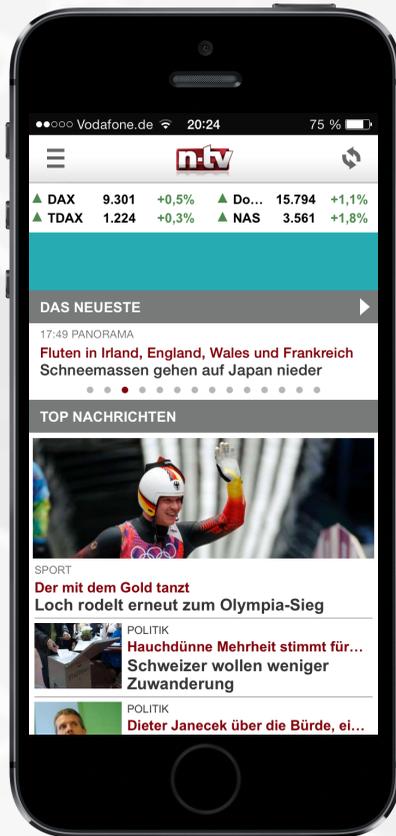


Business

adsquare

## Use Case

# Mobile-Kampagne für drei Zielgruppen



 Sind Sie oft auf Reisen? - W -

➔ Business Travellers

 Neues Semester? Neuer Tarif! - W -

➔ Students

 Verpasse nie den Anpfiff! - W -

➔ Sports Enthusiasts

## Mapping

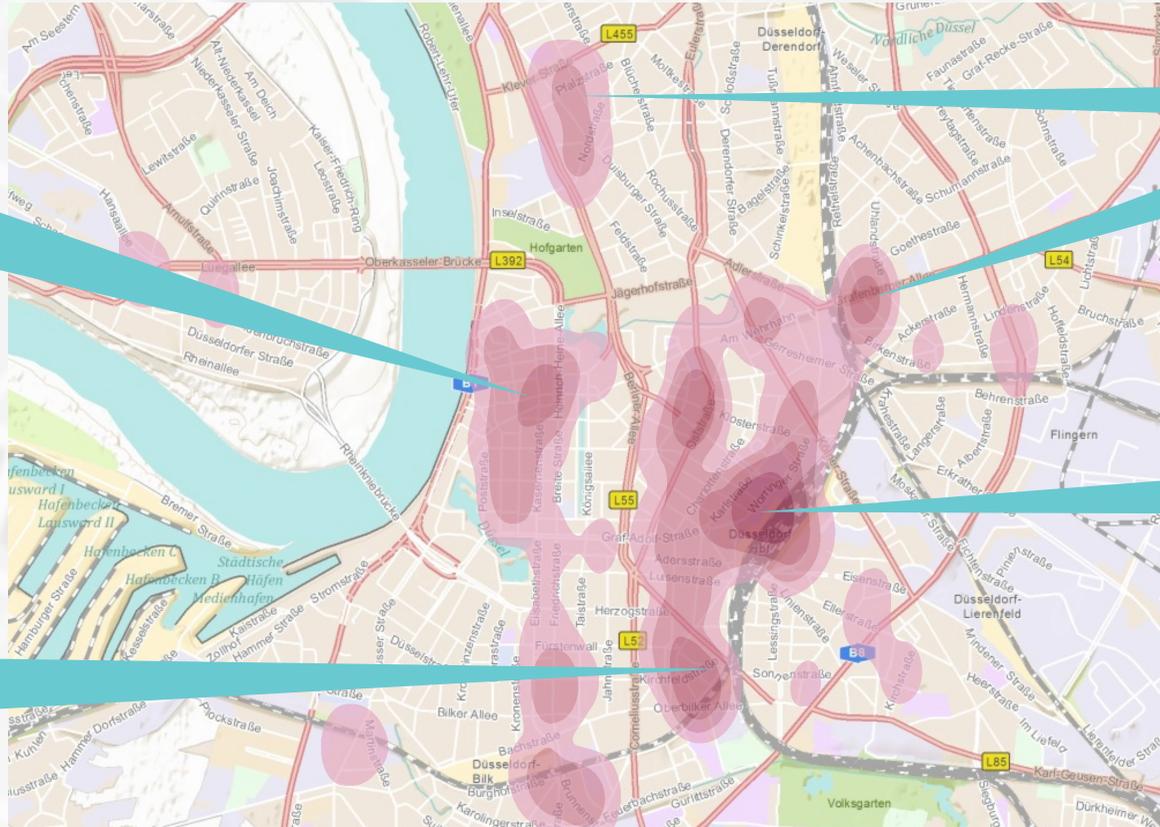
# Beispiel: Business Travellers

Business-  
Hotel,  
U-Bahn

Veranstaltungs-  
zentren

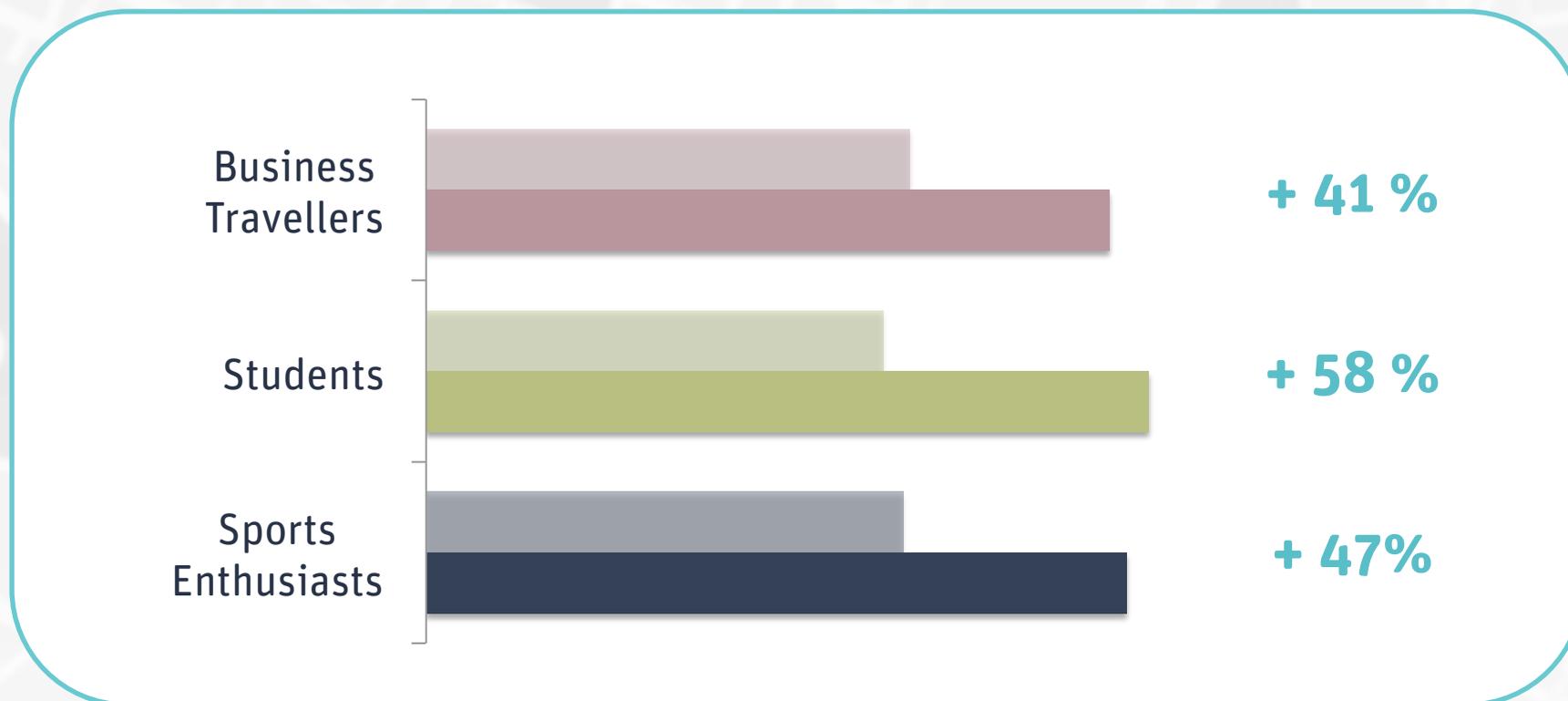
Business-  
Hotels,  
S-Bahn

Hauptbahnhof  
Düsseldorf



Ergebnisse des A/B-Tests

## Uplift der CTR um 49 %



Im Zeitraum vom 30.10. bis 23.12.2013 wurden insgesamt 619.156 Ad Impressions über das Premium Netzwerk von G+J EMS ausgeliefert.

## Zusammenfassung

# Mobile Audience Targeting wirkt

- Durch den Einsatz des Targetings wurde die Performance der Kampagne um durchschnittlich **49 %** gesteigert
- Weitere Optimierungen der Zielgruppen zeigen ein Potential von **bis zu 80 %** Uplift auf
- Studien zum **Target-Group-Share** und zur Wirkung auf **Branding-Indikatoren** (Awareness, ...) folgen



**„Data from location combined with behavior will be the best proxy for consumer intent since the typed search query“**

Rob Norman (Chief Digital Officer GroupM, März 2013)

# Vielen Dank für Ihr Interesse!

Contact Daniel Rieber  
Director Business Development

Address adsquare GmbH  
Havelpassage 4  
16761 Hennigsdorf, Germany  
www [www.adsquare.com](http://www.adsquare.com)

Mobil +49 176 201 844 26  
Tel +49 3302 818 90 42  
Fax +49 3302 818 90 31  
E-Mail [daniel@adsquare.com](mailto:daniel@adsquare.com)

adsquare