

Die Post View Käufer:innen – die unbekanntesten **Wesen**

PAYBACK Media Network d3con 22.03.2023

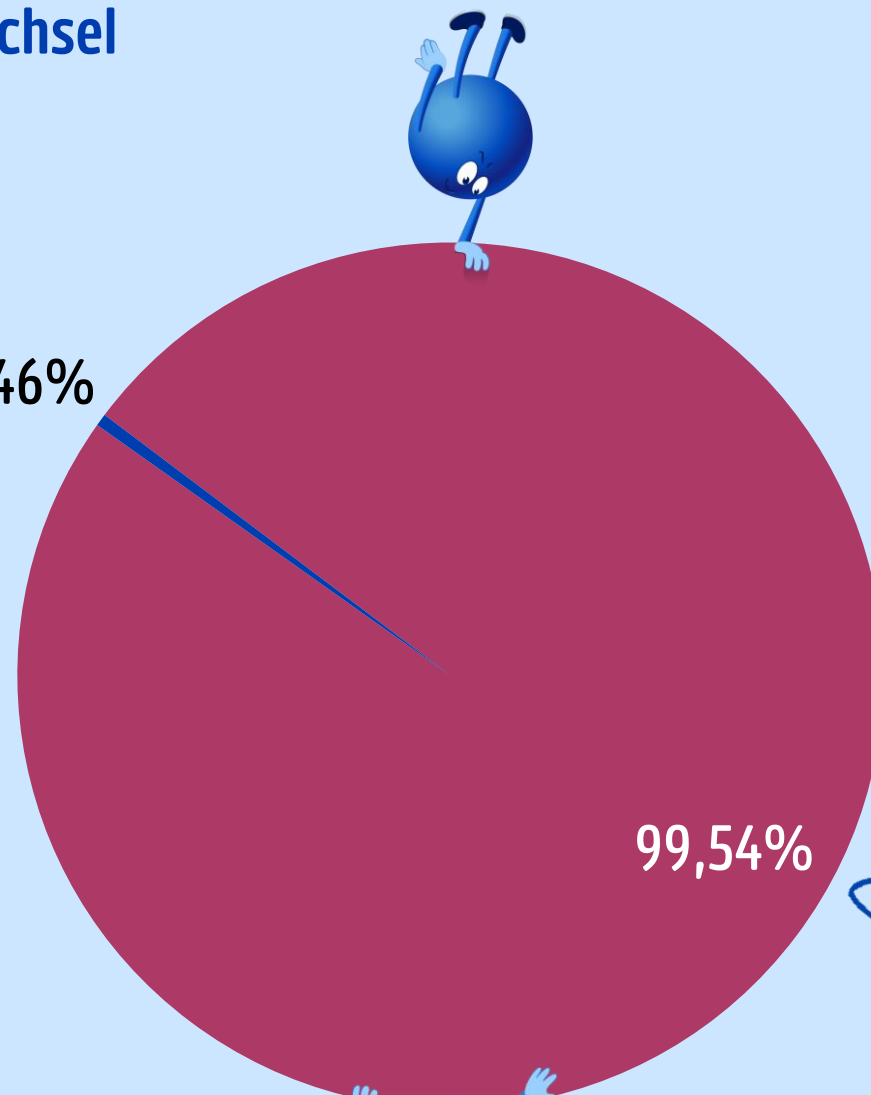


Zeit für einen Perspektivenwechsel

Worüber wir
reden



0,46%



Worüber wir reden
Sollten



Google Gives Third-Party Cookies Another Year

Google Chrome extends the deadline for deprecation of third-party cookie support into 2024.



FAQ Neuerungen bei Apple

Kein Tracking mehr - was bedeutet das?

Stand: 28.04.2021 09:07 Uhr

Dank einem Betriebssystem-Update werden Apple-User künftig nicht mehr von Apps "verfolgt". Was steckt hinter der neuen Strategie des Tech-Konzerns?



Haben Sie
eine
PAYBACK
Karte?



4,4 MIO.

MAL AM TAG WERDEN PUNKTE
GESAMMELT





31 MIO.

KUND:INNEN IN DEUTSCHLAND



PAYBACK bildet über mehr als 700 Partner alle Einkaufswelten in On- & Offline ab



Online

Offline

ABOUT YOU[®]

OTTO

Dehner

Thalia

GLOBUS

REWE

ARAL

Booking.com

flaconi

Apollo



dm

ALNATURA



Lieferando

home24

T

DEPOT

nahkauf

C&A

BURGER KING

Punkte sammeln macht besonders mit Coupons Spaß

Punkte werden mit
Coupons vervielfacht und
sind die perfekte
Incentivierung für
PAYBACK Kunden!



PAYBACK bietet verschiedenste digitale Touchpoints



> 16 Mio. Email Adressen

> 11 Mio. aktive App Nutzer:innen

7,7 Mio. Web Nutzer:innen

Die Customer Journey der PAYBACK Kund:innen ist über den Kauf hinaus durchdigitalisiert

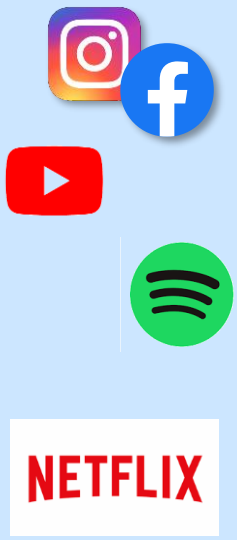
Die PAYBACK Kund:innen identifizieren sich in der gesamten Customer Journey mit der PAYBACK ID



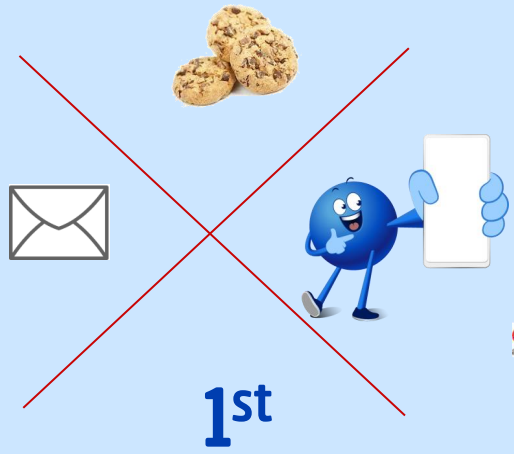
Die PAYBACK ID
ist immer dabei



Die PAYBACK ID ist ein Multifunktionstool



Multi ID Graph



1st



On- & Offline Targetings



Look-a-Like Modelling Basis



Transaktionsmessung



Ist die Jagd nach dem Klick sinnvoll?



ABOUT YOU[®]



baur.



L'ORÉAL

FERRERO



sodastream



95,4 % der Post View
Käufer:innen haben nie
geklickt

87%

des deutschen Handels findet offline statt*

Mit PAYBACK sind erstmals

Offline

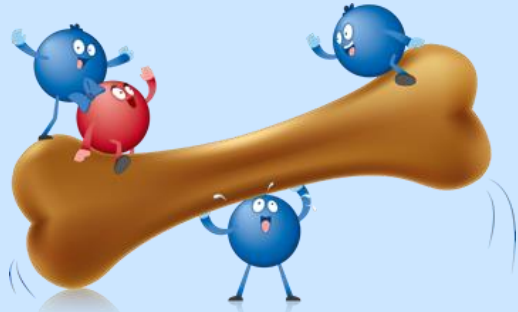
-Transaktionsbasierte Zielgruppen

für **Online**-Targeting nutzbar.



* Quelle: <https://www.handelsdaten.de/branchen/deutschsprachiger-einzelhandel>

PAYBACK Beispielkampagne mit Transaktion



Zielgruppe auf Hundefutter Käufer – Bestandskunden, Wechselkäufer, Wettbewerber



Die Zielgruppe erhält die Coupon Incentivierung



PAYBACK Kund:innen kaufen Hundefutter im Laden.



Die Kampagne mit Coupon wird auf Webseiten, Apps & Social Media beworben



Performance Kampagne PAYBACK Prämienshop

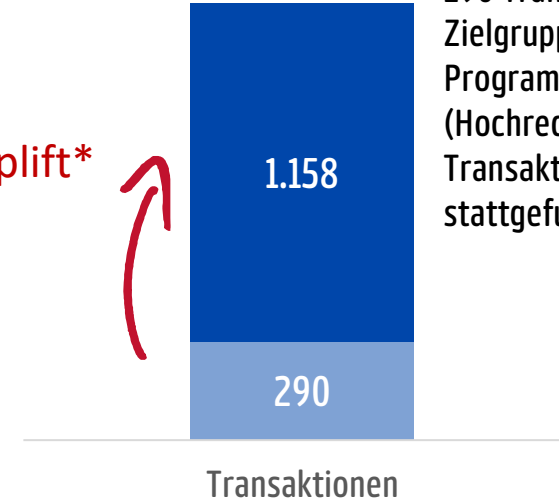


Werbemittel Zielgruppe

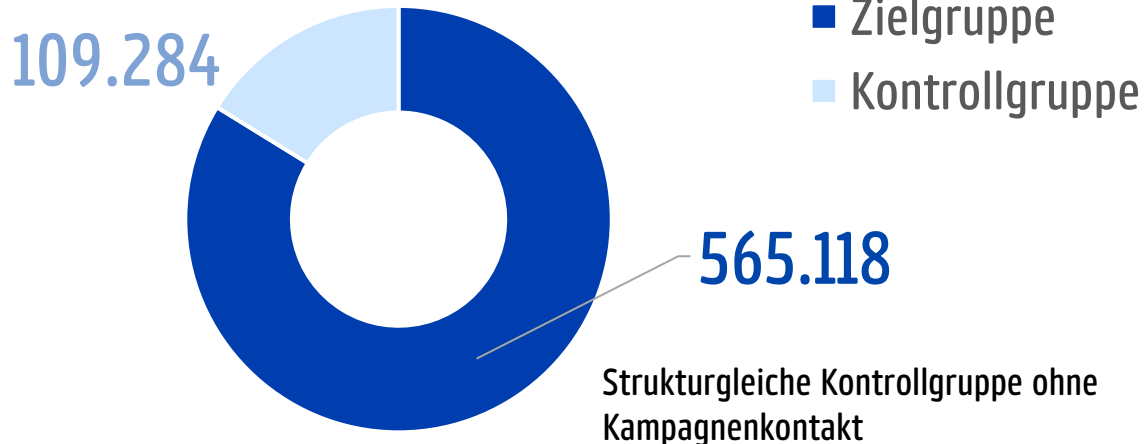
Werbemittel Kontrollgruppe



400% Uplift*



290 Transaktionen hätten in der Zielgruppe unabhängig von Programmatic stattgefunden (Hochrechnung der KG), 1.158 Transaktionen haben zusätzlich stattgefunden.



Umsatz durch Transaktionen durch Programmatic ggü. Mediainvest war positiv.

Ausgewählte Kampagnenergebnisse



Branche	Uplift	Post View Anteil Kauf	CPO	Kaufort
---------	--------	--------------------------	-----	---------

Summary

- Post View Käufe werden in der Kampagnen Betrachtung leider oft vernachlässigt.
- Über 95% der Post View Käufer klicken nicht.
- PAYBACK bietet über die digitalisierte Customer Journey Einblicke in Post View Käufe und kann diese gezielt ausweisen.



Danke

PAYBACK GmbH

Benedikt Schmitt-Homann
Director Programmatic

Theresienhöhe 12
D-80339 München
Tel. +49 (0) 89 997 41 – 683
benedikt.schmitt-homann@payback.net
PAYBACK.GROUP | PAYBACK.de

