

Das Retail-Kampagnenrezept

Ein Programmatic-DOOH-Blueprint für Produktlaunches im Einzelhandel.

Ideal für: Neue Produktlaunches im Einzelhandel

Kanal: Programmatic DOOH

Zutaten

Woraus diese Kampagne besteht

● Ziel

Bekanntheit und Ausprobieren einer neuen Produktlinie zum Launch.

● Zielgruppe

Erwachsene zwischen 25 und 45 in einem definierten Radius um teilnehmende Filialen, plus kategorieinteressierte Shopper in der Nähe.

● Media-Mix

Programmatic DOOH über Retail- und Transit-Umfelder, kombiniert mit Display-Retargeting.

● Standorte

Einkaufszentren, Retail-Parks und Transit-Routen, die diese Einzugsgebiete bedienen.

● Targeting

Städteauswahl, Retail-POIs, Tageszeit-Bursts und, wo relevant, Wetter-Trigger.

Das Ergebnis

Wie der Erfolg gemessen wird

Drei KPIs zum Tracken, vom breitesten zum spezifischsten.

Reichweite

Reichweite im Einzugsgebiet der Filiale.

Besucherfrequenz

Uplift bei Filialbesuchen, gemessen mit Adsquare.

Abverkauf

Umsatz-Uplift, sofern messbar.

Ein Hinweis zu diesem Rezept

Nutzen Sie dies als Ausgangsvorlage, nicht als festen Mediaplan. Ziel, Zielgruppe und Einzugsgebiet Ihres konkreten Launches sollten den finalen Mix immer prägen.