

Digicast Targeting



Regionales Targeting:

- Standardmäßig hinterlegt ist das Land (Österreich, bzw. DE/CH/... auf Wunsch)
- Weitere Optionen sind:
 - Bundesland
 - Region
 - Städte (mit Umkreis)
 - PLZs

Soziodemographisches Targeting:

- Standardmäßig verfügbar ist Alter/Geschlecht, dadurch entstehen auch die geringsten Einschnitte in der Reichweite
- Weitere Optionen sind:
 - HHNE
 - Haushaltsverbund (Single, Paar, Familie)
 - Parental Status (mit oder ohne Kids)

Hierdurch entstehen unter Umständen deutlich höhere Einschränkungen in der Reichweite, da diese Info nicht zu allen Usern vorliegt

Interessentargeting:

Identifikation von Personen, die sich für bestimmte Themen interessieren basierend auf ihren Hör-/Seh-/Lesegewohnheiten

Beispiel: Fashion-Queens, die Inhalte zu Mode konsumiert haben können danach in affinen und neutralen Umfeldern getargeted werden (Unterschied zum kontextuellen Targeting ist: mehr Reichweite, da nicht nur Real-time sondern auch Near-time Interessen verwendet werden)

Konkurrenztargeting:

Targeting von Personen, die sich mit Konkurrenzmarken beschäftigt haben

Wir identifizieren hierzu über Text, Bild, Video, Audio Inhalte die mit den definierten Konkurrenzmarken zu tun haben und spielen den Personen anschließend Werbung des Kunden aus.

Als Umfeld ist hierfür dann jegliches Podcast/Audioformat möglich

Kontextuelles Targeting:

- Targeting innerhalb passender Podcasts zu vordefinierten Themen
- Podcasts oder Audioumfelder bestimmter Thematiken (Finanzen, B2B, Fashion, Lifestyle, ...)

Situatives Targeting:

Was tut die Person gerade: z.B. unterwegs sein, im Auto fahren, ...

Für verschiedene solche Situationen können wir auf Grund der Einstellungen (connection mit dem Auto, Bewegung, ...) auch den aktuellen Status definieren und so z.B. Pendler (im Auto am frühen morgen) gezielt ansprechen.