

# netzeffekt

joining forces with **JUNG v. MATT**

**Daten, Technologie und Kreation im Einklang sind die  
Treiber  
für die perfekte Gestaltung der digitalen Customer-  
Journey.**

Bernd Stieber Founder/ Managing Director netzeffekt/ Jung von Matt

Berlin, 19. Mai 2016



# Herausforderungen für Marketers

# Die neue Macht der Konsumenten



# People are looking at other screens while watching TV



50%

of people watch live network TV commercials because...

60%

of people who access their second screen during commercials because...

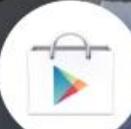
75%

of people who access their second screen during the TV show because...

“I like to multi-task while watching TV so I can still be productive.”

# Menschen suchen nach Lösungen aus ihren *Momenten* heraus

20 Uhr abends  
Ich-möchte-den-  
Kauf-abschließen



8 Uhr morgens  
Ich-möchte-mir-das-  
ansehen

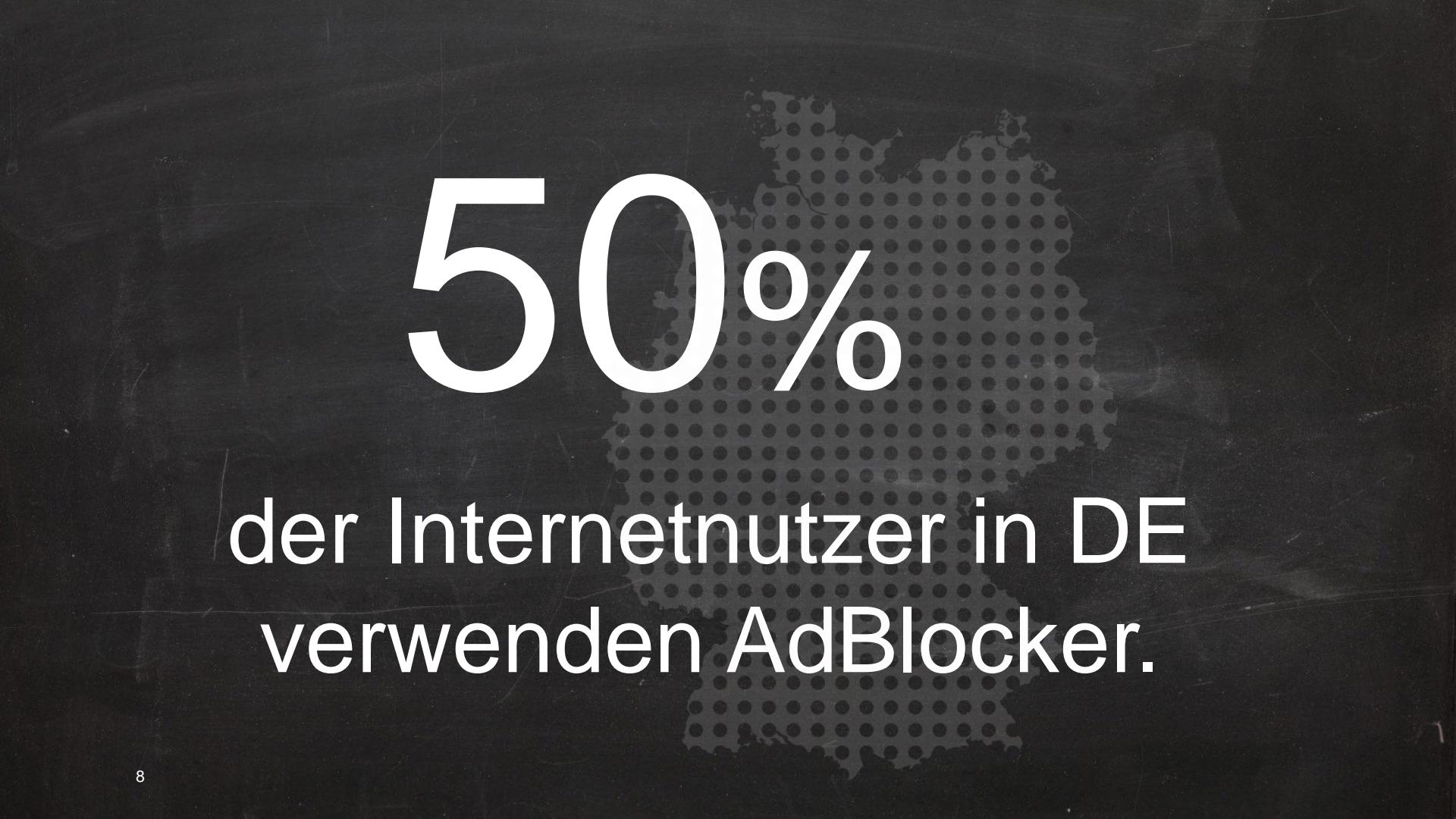


12 Uhr mittags  
Das-möchte-ich-  
besser-verstehen



17 Uhr nachmittags

Das-habe-ich-recherchiert-und-möchte-nun-kaufen-->aber-bei-wem



# 50%

der Internetnutzer in DE  
verwenden AdBlocker.

A close-up photograph of two hands held together, palms facing forward. The left hand is holding a bright green apple, and the right hand is holding a red apple. Both apples have small stems and leaves. The background is a plain, light color.

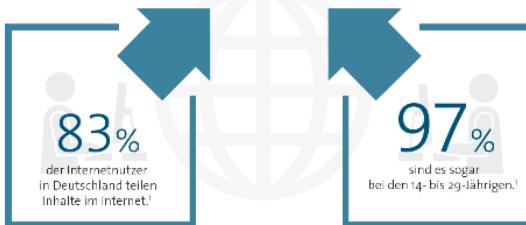
Vergleichen ist Normalität

# Teilen, Bewerten, Kommentieren

Transparenz für jeden

## Kultur des Teilens

Willkommen in der Shareconomy: Dank Internet, Cloud und Smartphone ist es so einfach wie nie, digitale Inhalte und materielle Dinge zu teilen – und sich zu beteiligen. So teilt Deutschland:



Was Internetnutzer am liebsten teilen<sup>1</sup>



# Handelsblatt

Digitalpass Finanzen Unternehmen Politik Technik Auto Sport Panorama

Industrie Banken + Versicherungen Handel + Konsumgüter Dienstleister IT + Medien Mittelstand

Handelsblatt > Unternehmen > Handel + Konsumgüter > Zukunft des Einkaufens: Transparenz macht das digitale

## ZUKUNFT DES EINKAUFENS

Der digitale Kaufrausch



Facebook



Twitter



Google+



Xing



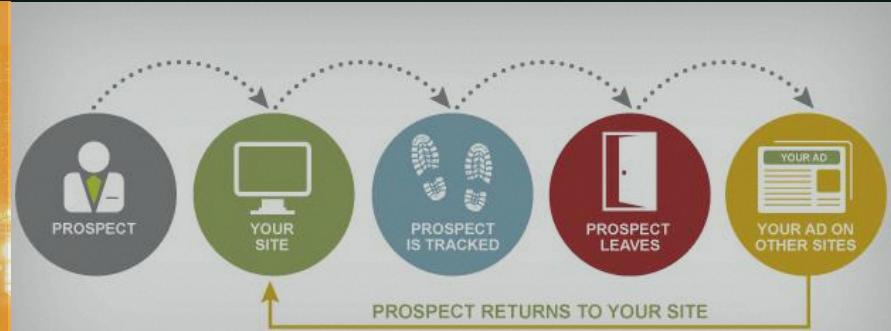
Transparenz macht das digitale Geschäft zum Erfolgsmodell

Bei einem guten Glas Wein kommt der Familienrat zu Hause zusammen, um über das neue Gerät zu beratschlagen. Im Netz werden die Modelle verglichen, samt Preisen und Erfahrungen früherer Käufer. Vielleicht wird dann doch noch ein Elektronikgeschäft aufgesucht, um Angebote vor Ort einzuholen. Aber man ist bereits bestens informiert, nicht selten besser als der Verkäufer vor Ort.

# Die technologischen Möglichkeiten



# Technisch gesehen sind wir dem Menschen heute näher denn je.





## Advertising & Promotion

### Mobile Marketing



### Display & Programmatic Advertising



### Search & Social Advertising



### Native/Content Advertising



### Print



## Content & Experience

### Mobile Apps



### Interactive Content



### Optimization, Personalization & Testing



### DAM & MRM



### Video Marketing



### Email Marketing



### SEO



### Community & Reviews



## Social & Relationships

### Call Analytics & Management



### Events, Meetings & Webinars



### Social Media Marketing & Monitoring



## Commerce & Sales

### Retail & Proximity Marketing



### Channel, Partner & Local Marketing



### Sales Automation, Enablement & Intelligence



### Affiliate Marketing & Management



## Data

### Audience/Market Data & Data Enhancement



### Mobile & Web Analytics



### Dashboards & Data Visualization



## Management

### Talent Management



### Collaboration



### Business/Customer Intelligence & Data Science



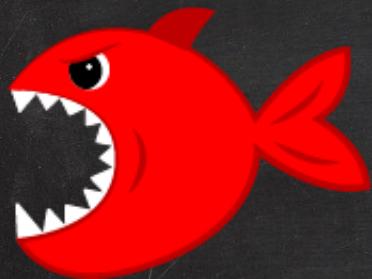
# Technik & Tools

# Der Markt



Produkte sind  
austauschbar

Traditionell  
e Anbieter



Neueinsteiger



Verivox



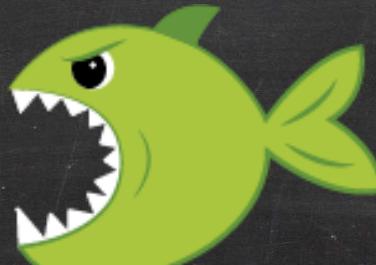
Finanzen.de



Number26



TarifCheck24



Check24

Internetriesen



Amazon

Google

Apple

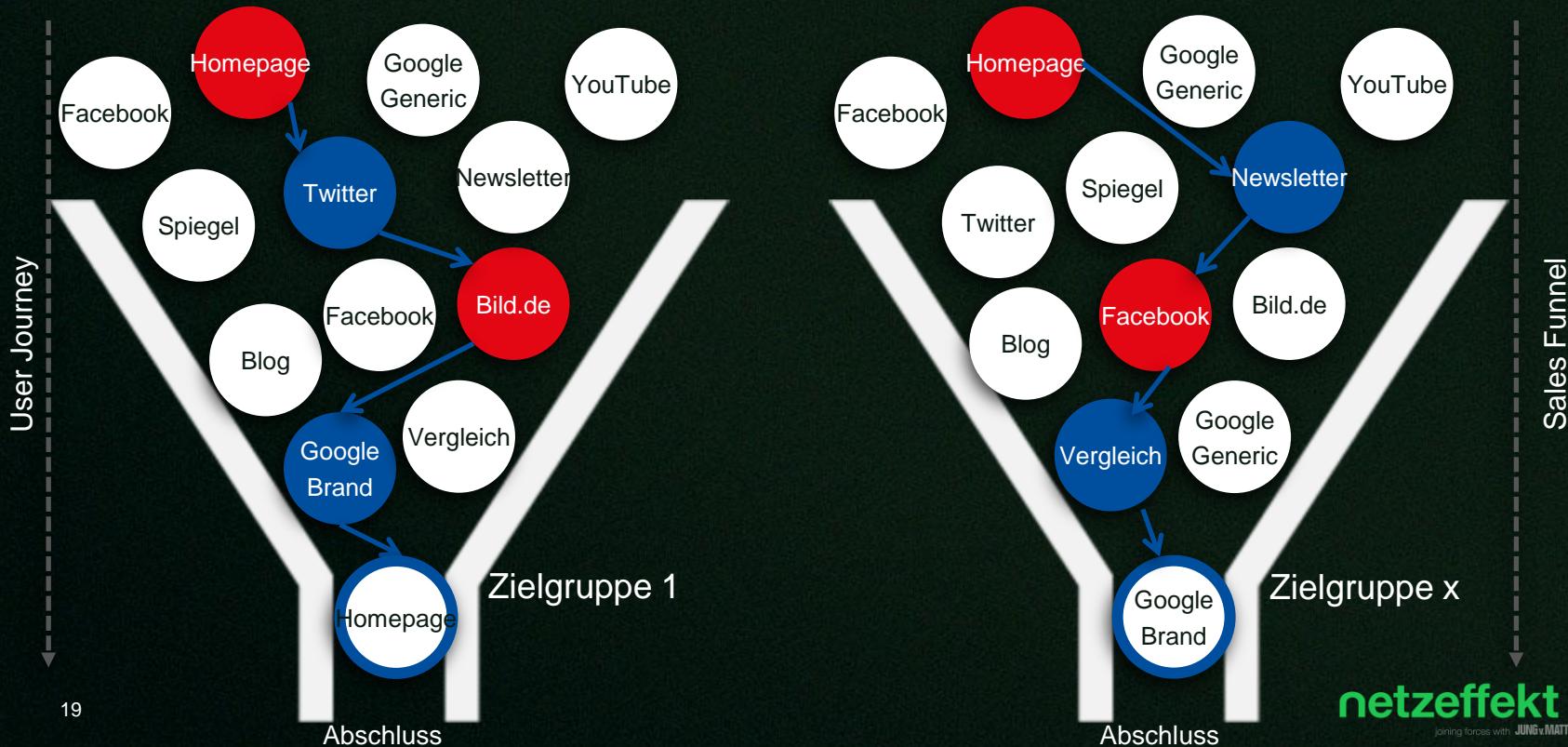
Facebook

# Fazit

Relevanz schaffen (raffinierte  
Manipulation).

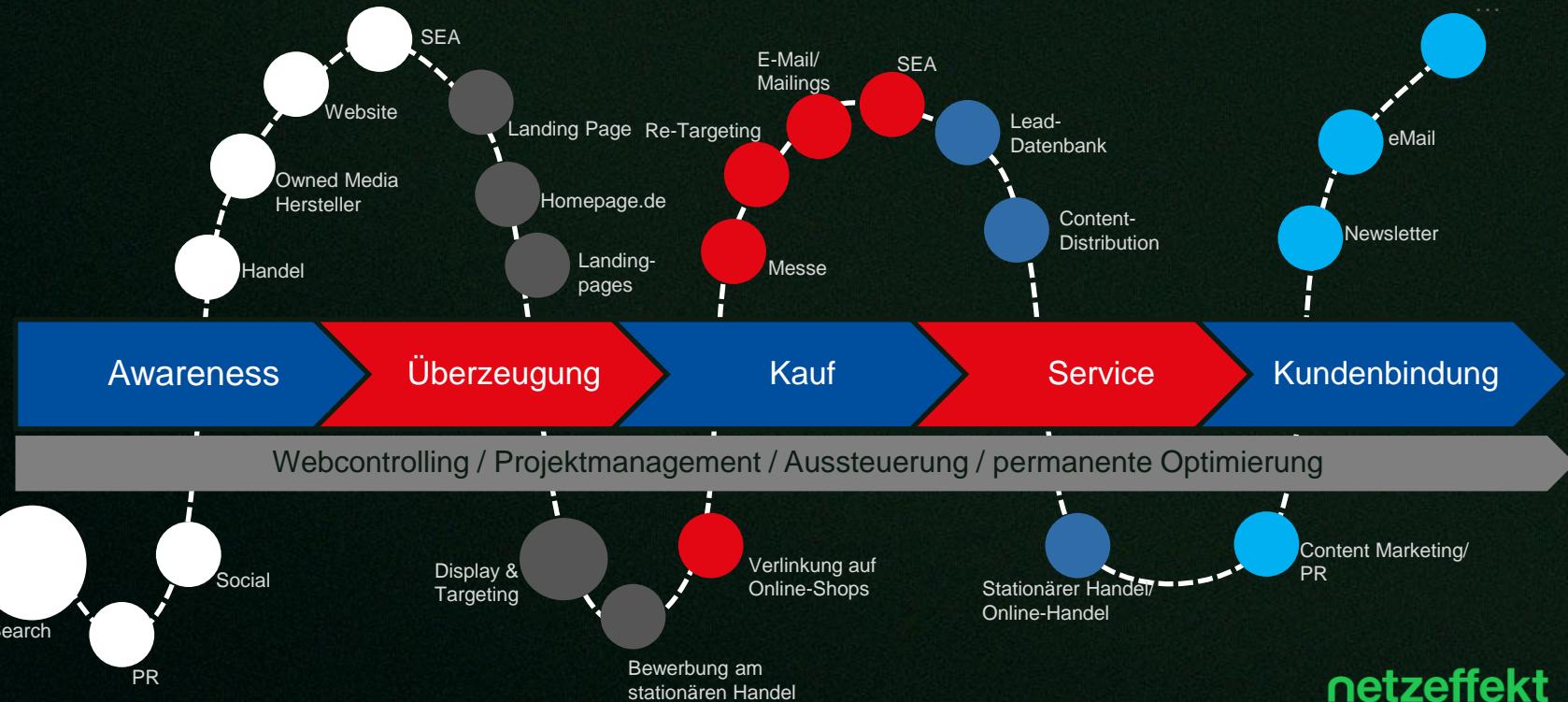
# Paid Touchpoints

## Kanal Mix



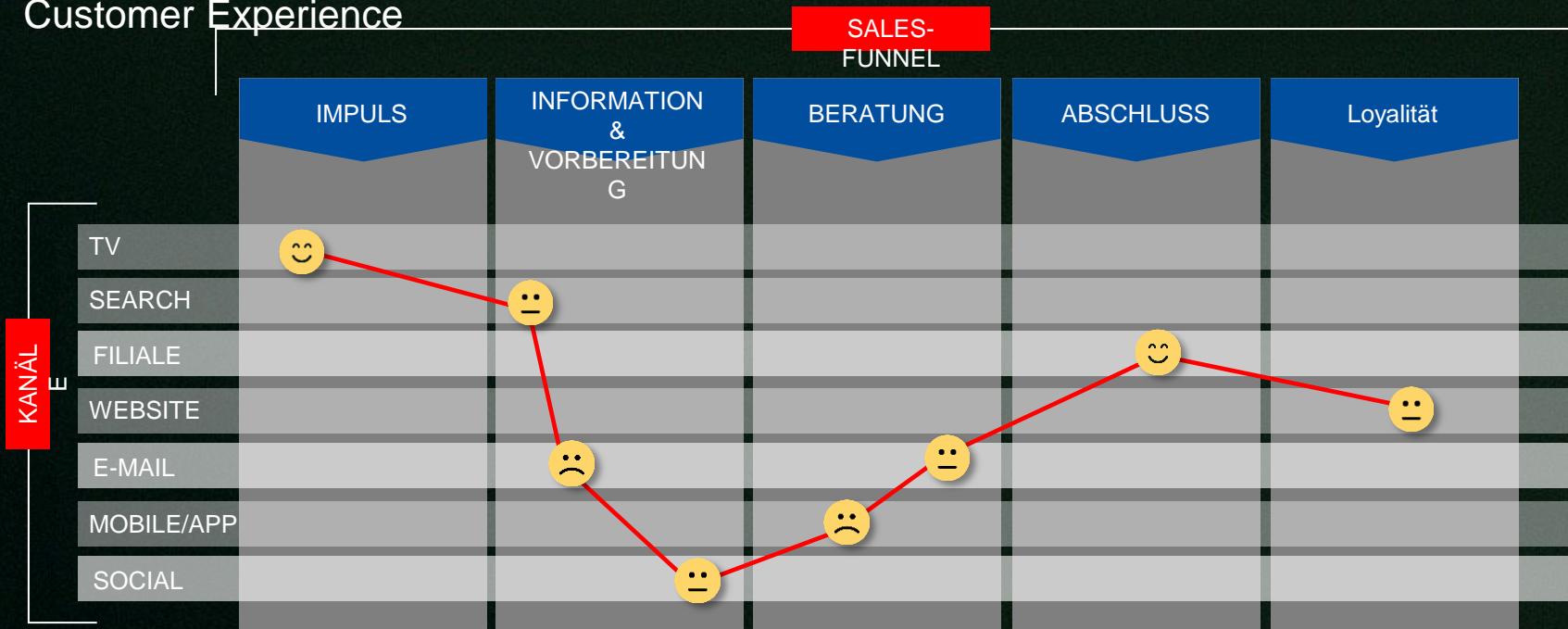
# Digitale Touchpoints

## User Journey



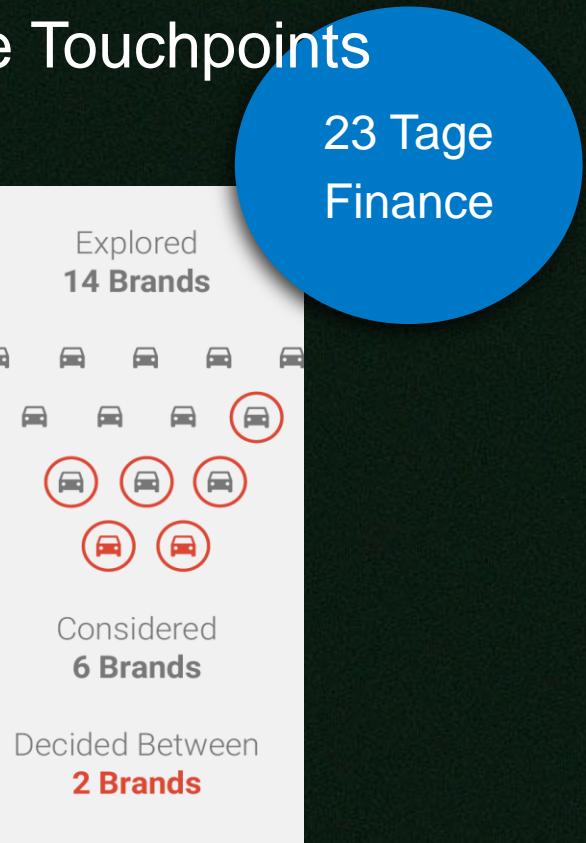
# Die Erfahrungen an jedem Touchpoint bestimmen die Erfolgsw.

Customer Experience



# Wir vergessen oft neutrale und fremde Touchpoints

Alle Touchpoints je User und Aufgabenstellung





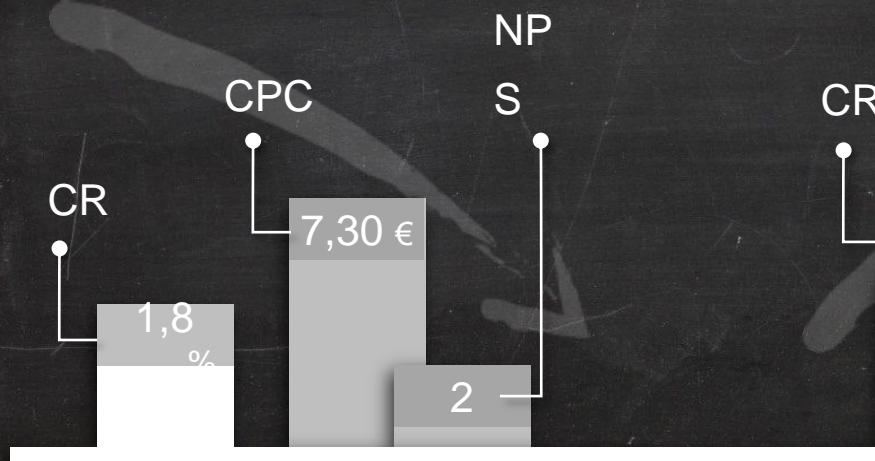
# Die Fallstricke

# Hygienefaktor Produkt

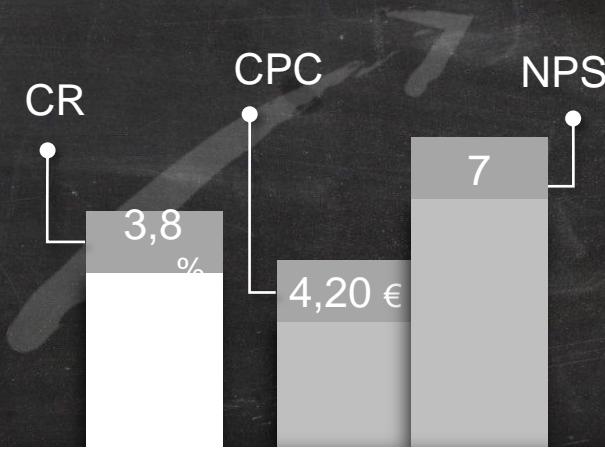
# Die Wirkungsmechanismen richtig verstehen.

Problem oder Chance

Produkt A – kein  
Zins



Produkt B – Top-Zins



CR = Conversion Rate | CPC = Cost per click | NPS = Net Promoter Score

# Pflichtprogramm Marke

A close-up photograph of a woman with long blonde hair. She is wearing a pink headband and a light-colored top with a colorful, abstract print. Her eyes are closed, and she has a gentle smile on her face. The background is blurred, showing some greenery and possibly a building.

MARKE = EMOTIONALE  
BEZIEHUNG ZUM  
MENSCHEN.

Das war schon immer so.



WIR MÜSSEN HÄRTER UM  
AUFMERKSAMKEIT  
KÄMPFEN, ALS JE ZUVOR.



MODERNE MARKENFÜHRUNG  
BRAUCHT VOR ALLEM EINS:

# RÜCK GRAT

gibt einer Marke:



HALTUNG



KONSISTENZ



FLEXIBILITÄT

# STOLZ WILLE MUT

UNSER URSPRUNG

UNSER ANTRIEB

UNSER ANSPRUCH

# Notwendig Content

INHALTE

# RELEVANZ IST DAS NEUE LAUT.

MEDIENKONSUM

Der Dreiklang tarnt eine  
Verkaufslogik als Funktionssystem



HERO

HUB

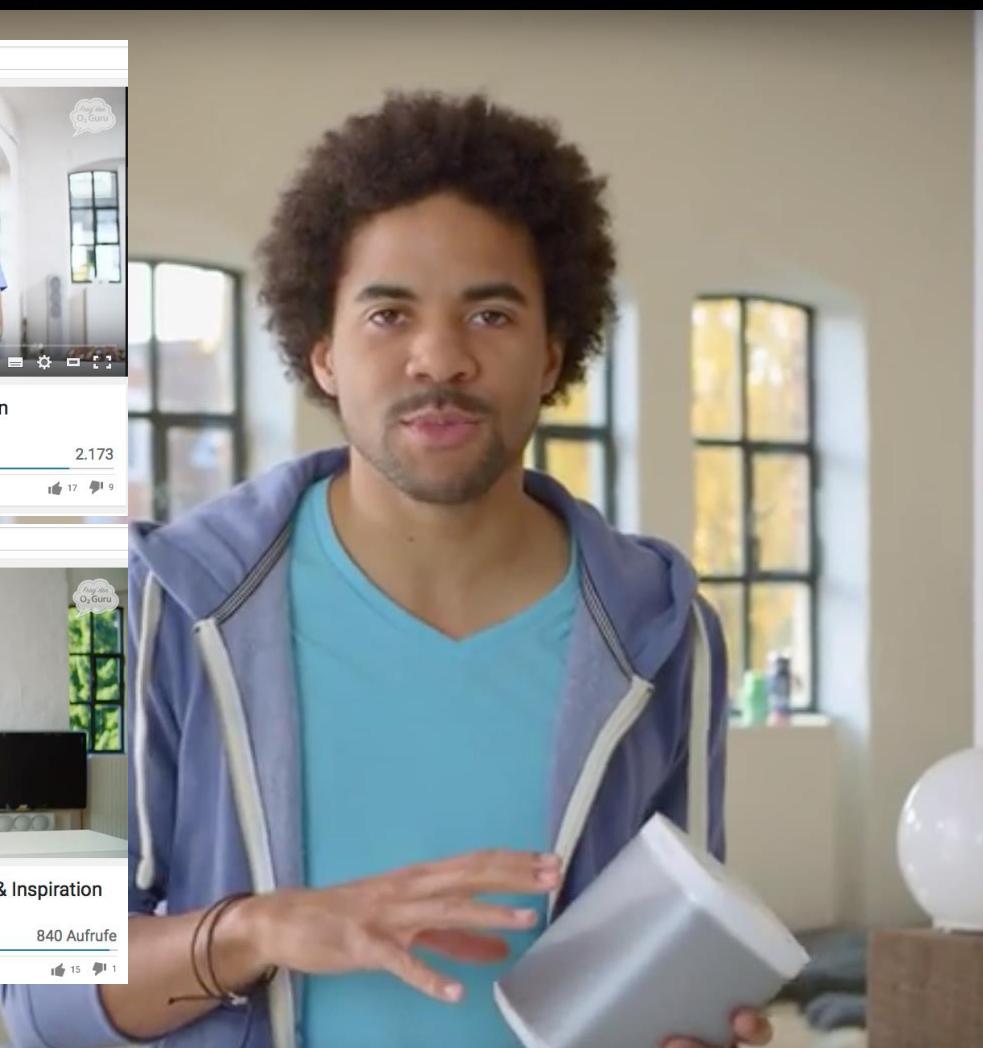
HELP

**Statt  
Hero, Hub & Help:  
Unterhalten, unterstützen oder untergehen.**

**HERO**  
bedeutet echte  
**UNTERHALTUNG.**

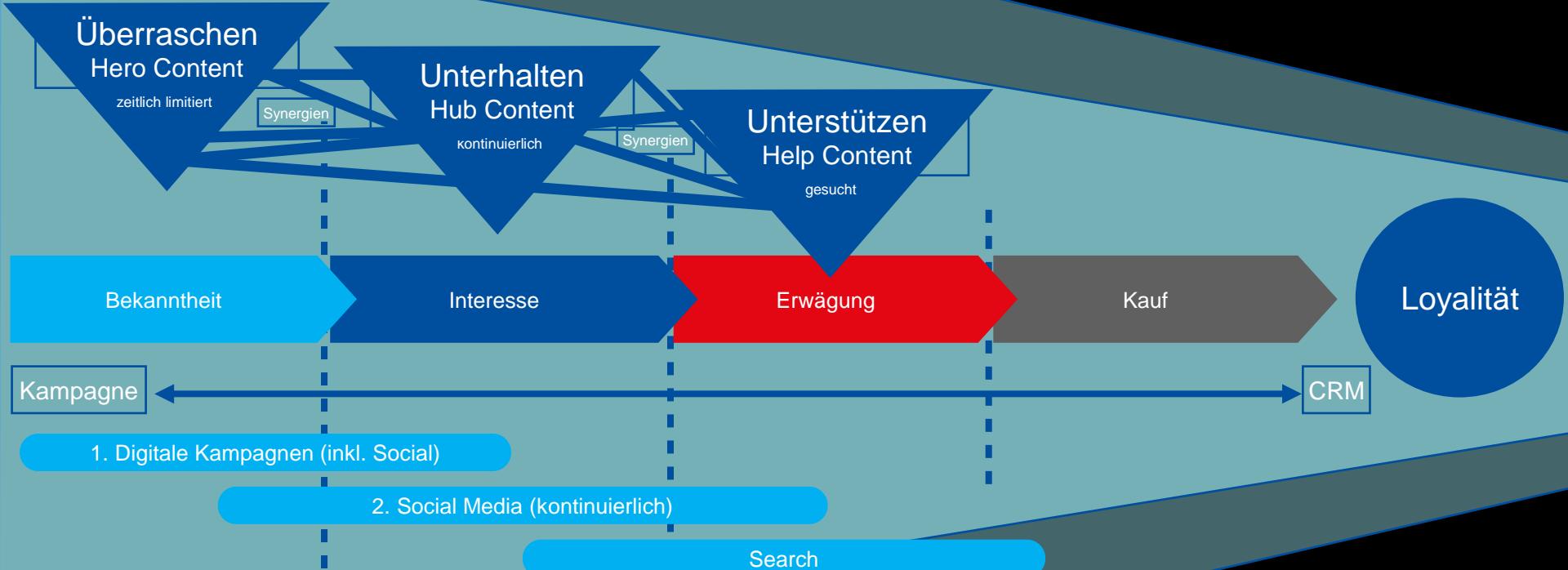


**HELP**  
**bedeutet „echte“**  
**UNTERSTÜTZUNG.**



HUB  
bedeutet  
NICHTS.

# Oder so



# Tatsächliche Reichweite Targeting & Format

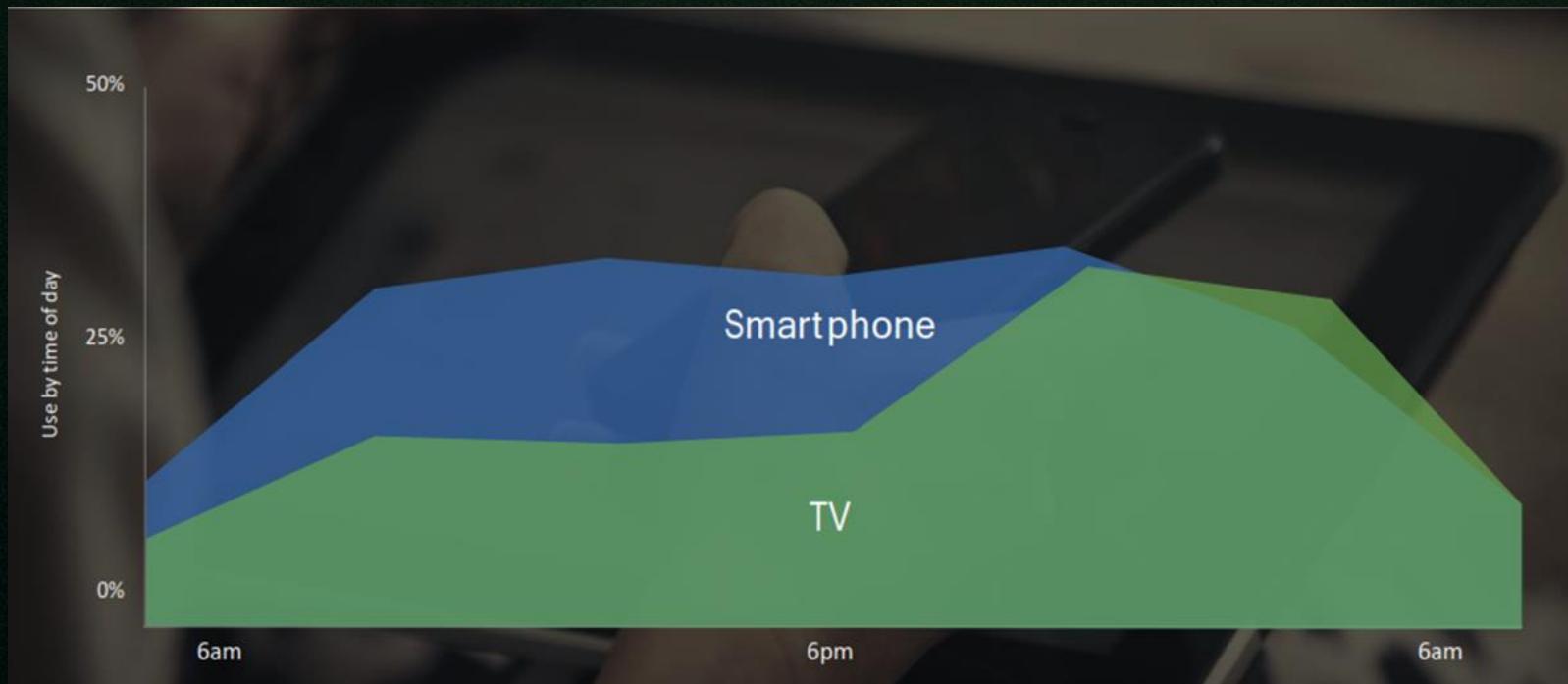
# Die Qual der Wahl.

Explosion der Kanal-Ökosysteme



# Reichweite verändert sich

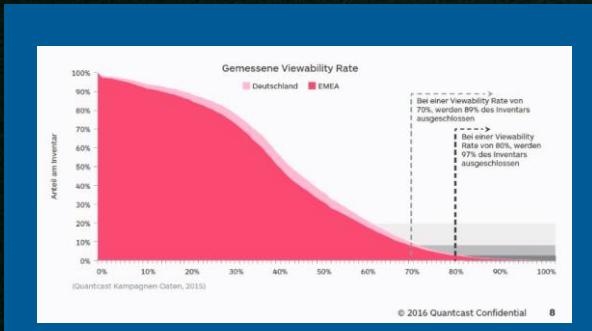
Smartphone- versus TV-Nutzung



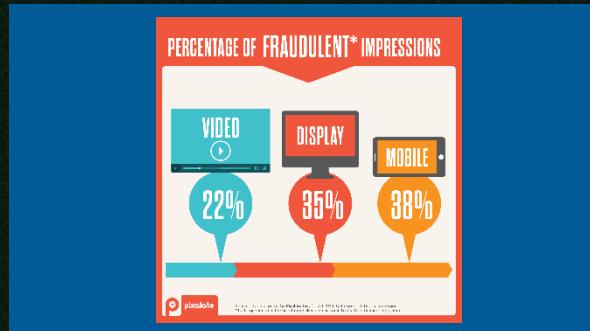
# 10 mal Null bleibt Null.

## Technologische Hygienefaktoren

### Viewability



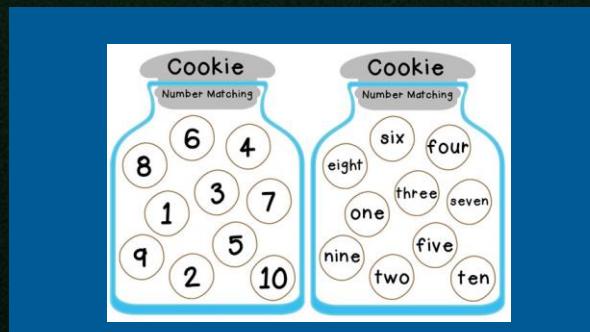
### Non Human Traffic



### Adblocker



### Matching





Die richtige Zielgruppe  
ansprechen.

A photograph of a man in a red shirt and blue jeans playing a large, ornate accordion. He is standing in front of a collection of numerous garden gnomes of various sizes and colors, including red hats, white beards, and Swiss flags. The scene is set outdoors with a building and trees in the background.

Wir sammeln bereits Daten ... wie  
funktioniert nun das Targeting

A collage of various garden gnomes and a man playing an accordion. The gnomes are of different sizes, colors, and styles, some wearing hats and holding instruments like accordions and guitars. In the background, there's a man in a red shirt and blue jeans playing a large accordion. The setting appears to be a garden or a shop displaying these items.

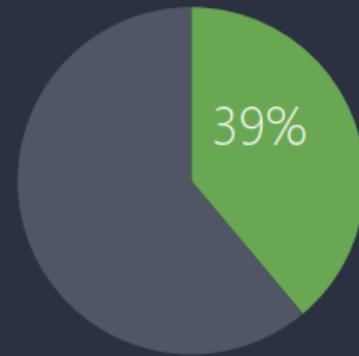
Was ist eigentlich first, second & third  
party Data?

# Facebook targeting is highly accurate

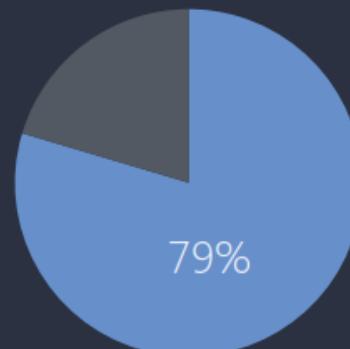
Across 42 TV+FB campaigns in the US, P18+

AVERAGE NIELSEN ON-TARGET (%)

Across 42 TV+FB campaigns in the US, P18+<sup>1</sup>

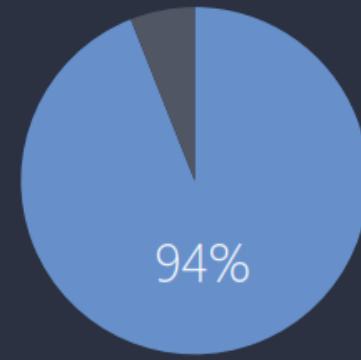


TV  
AVERAGE



FACEBOOK  
AVERAGE

Across TRP buying campaigns in the US<sup>2</sup>



FACEBOOK  
TRP BUYING AVERAGE

Source 1: Nielsen Total Ad Ratings campaign meta-analysis of 42 campaigns in the US, Q2 2014-Sep 1 2015, P18+, study commissioned by Facebook. 21 Low Video, 11 Mostly Video, 10 All Video; Source 2: Nielsen Digital Ad Ratings analysis of TRP-buying campaigns in the US, P18+, July-Sep 2015

# Das umfassende Bild ergibt sich oft nur in Kooperation

## Third Party Data



# "video killed the radio star"



# Früher wurde gelesen. Heute wird gescannt.

Vor 5 Jahren sah der Informationskonsum F-förmig aus. Heute ist er kreisförmig.  
Die User gewöhnen sich an die Darstellungsform der Informationen und scannen sie.

# Bilder triumphieren. Lange Texte verlieren.

Mit G3 und LTE ist auch der Konsum von Bildern explodiert. Bilder stehen im Fokus von Social Networks und auch immer mehr Apps arbeiten mit großen Bildern.

# Es werde Feed! Es lebe der Snack.

Dank Facebook, Blogs und auch immer mehr Websites haben sich die Menschen an feedförmigen Konsum gewöhnt. Und im Feed wird vor allem eines: gesnackt





Idee & Darstellung  
Kreation

IF YOU TALKED TO PEOPLE  
THE WAY ADVERTISING  
TALKED TO PEOPLE, THEY'D  
PUNCH YOU IN THE FACE.

@hugh



# Achtung: Der User wird nicht mit der „Brechstange“ überzeugt.

Exkurs: Zweit- und Drittansprache (Retargeting)

Erstansprache

Willst Du mit mir gehen?

Ja  
 Nein  
 Vielleicht

Zweitansprache

Willst Du mit mir gehen?

Ja  
 Nein  
 Vielleicht

Drittansprache

Willst Du mit mir gehen?

Ja  
 Nein  
 Vielleicht

= nein

Willst Du mit mir gehen?

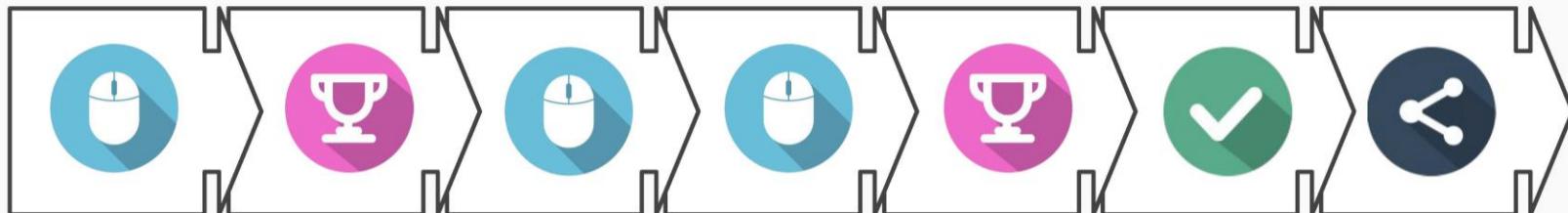
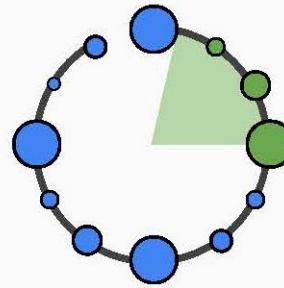
Ja  
 Nein  
 Vielleicht



= ja

# Gamification & Re-Targeting = Entertainment & Relevanz.

Gamification ist die Anwendung von Game-Elementen auf Non-Gaming-Bereiche, um das Verhalten der User zu verändern.



freenet als Startseite | RSS | Mobilportal | Software | Mobilfunk | Festnetz | Kundenservice | Kostenlose E-Mail sichern | [Login](#)

Web freenet Produkte Wiki Maps Mehr

Suchen mit YAHOO! Web-Suche

[Startseite](#) [Nachrichten](#) [Sport](#) [Finanzen](#) [Auto](#) [Digitale Welt](#) [Leben](#) [Unterhaltung](#) [Mehr](#) [E-Mail](#) [Community](#) [Domain](#) [DSL](#)

Wetter Bundesliga-Tippspiel Singles Gaming Handy Downloads Horoskope Shopping TV-Programm PC-Sicherheit Grußkarten Homepage

Foto |

**Nachrichten Boulevard Sport Männer Lifestyle**



Vor dem Champions League-Viertelfinale:  
**Robbens Einsatz gegen ManU weiter offen**  
Arjen Robben muss weiter um seinen Einsatz im Viertelfinale der Königsklasse gegen Manchester bangen mehr >

 Orgasmus-Garantie  
In diesen Stellungen kommen Sie zum Höhepunkt  
Es gibt sie: Stellungen beim Sex mit hohem Orgasmus-Potential.  
Glauben Sie nicht? Probieren Sie's aus mehr »

 Bildershow: Die heißesten Liebesstellungen zum Nachmachen  
 Bildershow: Die Sex-Tipps der Dita Von Teese

mehr Frauen Lifestyle

 Peinliche Panne  
**GEZ-Fahnder lässt Unterlagen liegen**  
Ein GEZ-Eintreiber hat in einem Auto sensible Unterlagen liegen gelassen. mehr »

► Einfallsschläge Gebühreneintreiber: Gebühreneintreiber verlangen Geld für ...  
► Bonuszahlungen für Hartz-IV-Kinder : Bonuszahlungen für Hartz-IV-Kinder

Kostenlose E-Mail sichern | [Login](#)

Login

Benutzername  Passwort

E-Mail

Login SSL | Passwort vergessen? | Kostenlos registrieren

Community

2.374 Freunde online - Freunde finden  
1.181 Singles online - jetzt pricken! filtern  
449 Chatter online - einfach nett chatten  
378 Gamer online - jetzt zocken

Marktübersicht

DAX TDAX DOW NSDQ

DAX	+0,69%	DAX Tops	Diff %
6.180		Dt. Bank	+2,17%
6.160		ThyssenKrupp	+1,22%
		Salzgitter	+1,18%
		<b>DAX Flops</b>	Diff %
		Fresenius	-0,03%
		Siemens	+0,16%
		K+S	+0,18%

10:00 14:00 WKN oder ISIN Suchen

mehr Börse

Wettervorhersage

Das aktuelle Wetter in Berlin

Heute 30.03.	Morgen 31.03.	Do, 01.04.10
10 °C 	9 °C 	9 °C 



**Assemble banner  
yourself and  
save money!**

[← Full List Of 50 Incredibly Creative Online Banner Ads](#)

Love stuff like this? Get FREE access to:



# Perspektivwechsel Der klassische Ansatz

# Zielgruppenspezifisch.



# Situationsspezifisch.



Suche

Home Stars & News Mode & Beauty Liebe & Singles Diät & Gesund Kochen & Rezepte TV & Kino Leben & Freizeit Astro & Horoskope Spiele & Shopping Forum & Community Kinder STUBE

Frauenzimmer.de &gt; Logout

8+1 Empfehlen 38

Logout

# 20 JAHRE OTTO.de

Gefunden auf

Ihr Sternzeichen lautet  
Geben Sie Ihr  
Geburtsdatum ein und ich  
werde Ihnen sagen, warum



So setzen Sie Ihre Kurven in Szene!

MEINE HANDTASCHE

Name  Nickname  Angemeldet bleiben

Passwort  Passwort vergessen?

Horoskop Mein Kalender Newsletter bestellen

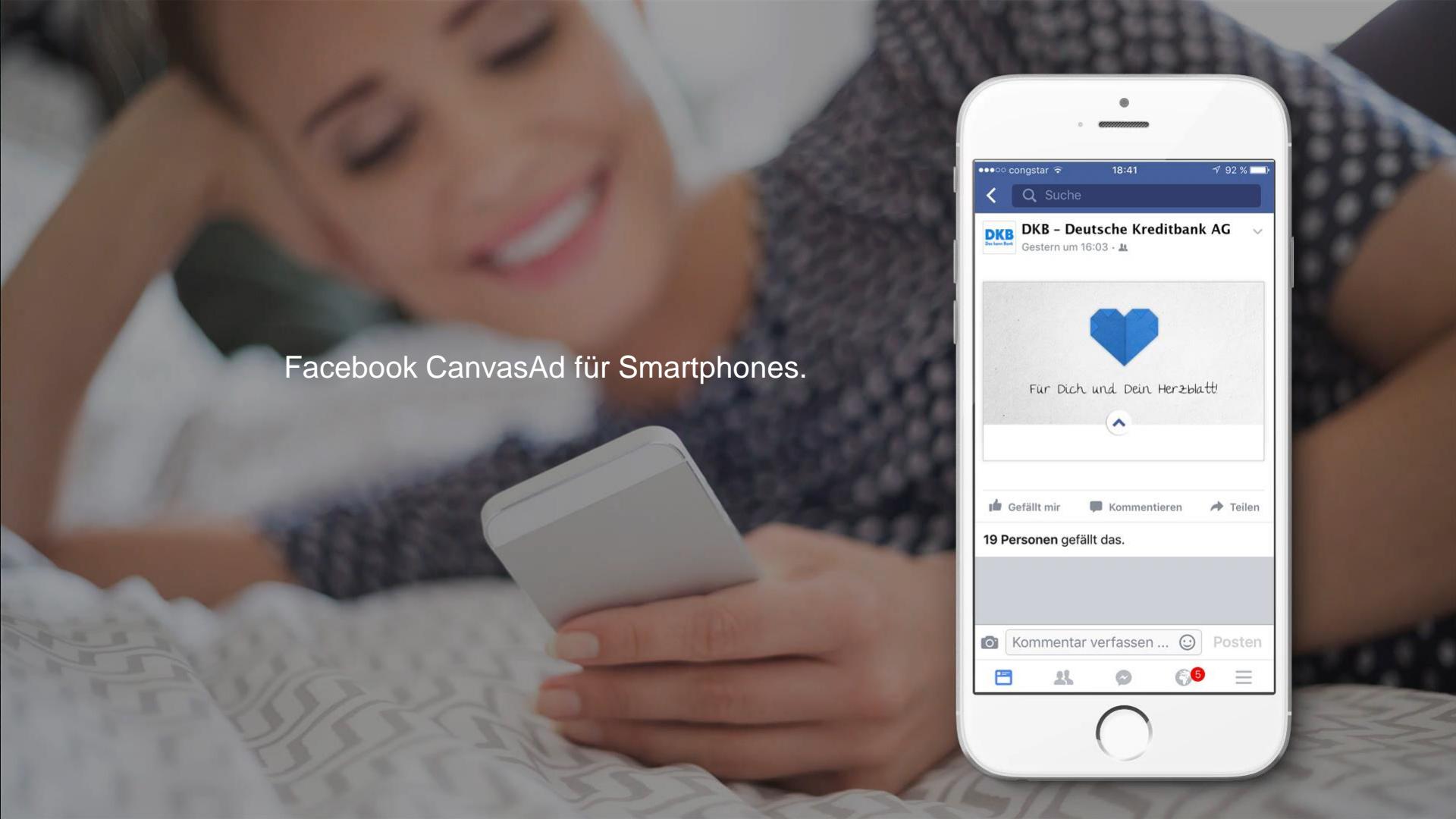
ANZEIGE



Für Singles mit Niveau



# Zeitpunktspezifisch. (Valentinstag)

A close-up photograph of a woman's face and hands. She is smiling warmly at the camera while holding a white smartphone in her right hand. Her left hand is resting on a dark, textured surface, possibly a sofa or bedsheet. The background is blurred.

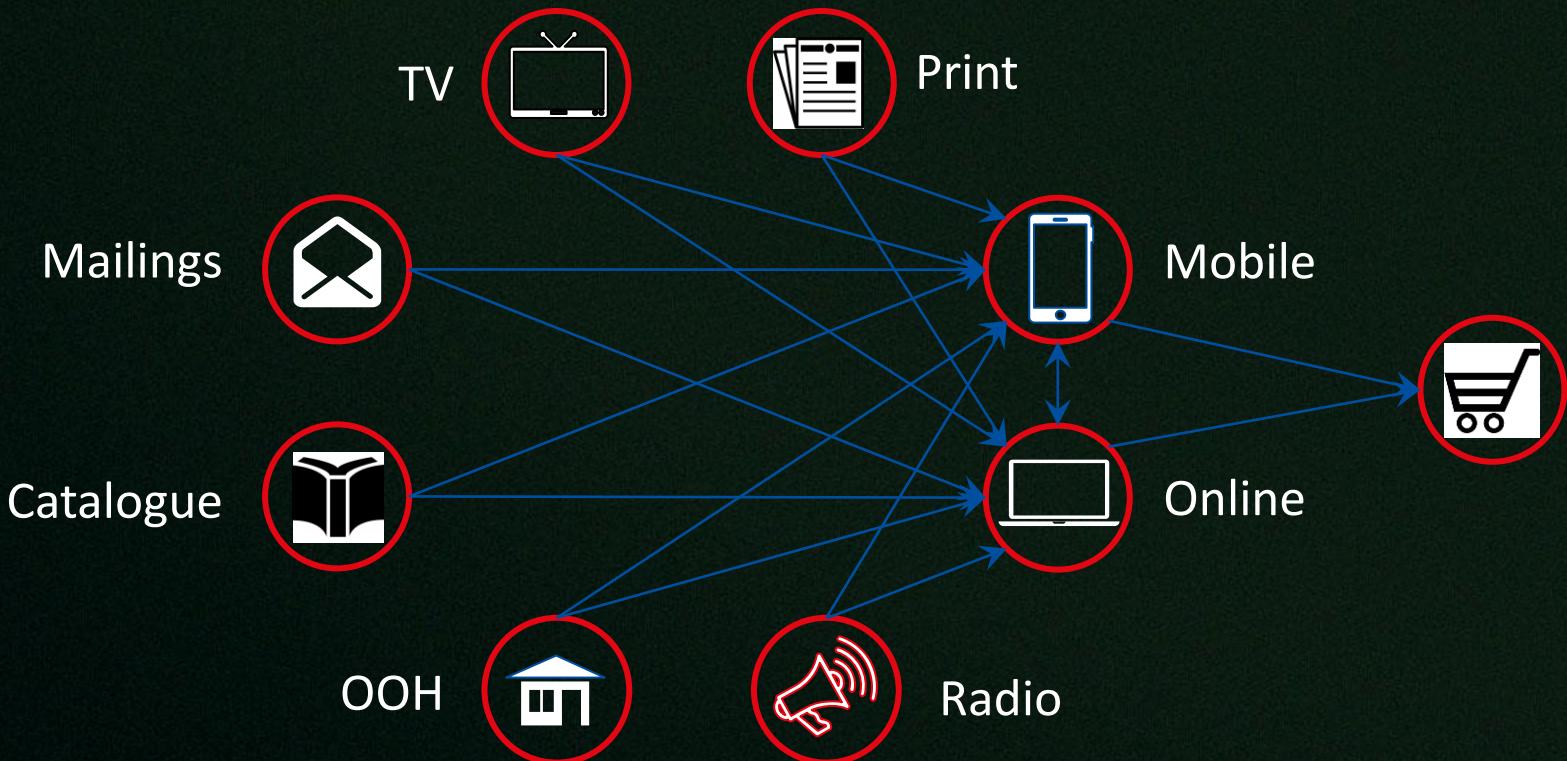
Facebook CanvasAd für Smartphones.



Es muss sich  
auch rechnen!  
Attribution

# Welcher Wertbeitrag wird von welchem Touchpoint erzielt.

Visualisierung Cross-Channel Effects



# Die Qual der Wahl.

Attributionsmodelle im Überblick

A word cloud visualization showing various attribution models. The words are colored in red or blue, and some are rotated vertically. The background is dark green.

The words in the cloud include:

- First Click
- Zeitreihen
- Regression
- Linear Spieltheorie
- Starter-Player-Closer
- LastCookieWins
- Bayes
- LastNon-DirectClick
- BaggedRegression
- TimeDecay
- Badewanne
- LastClick
- HiddenMarkov
- LastInteraction
- Zeitverlauf
- MarkovGraph
- FirstClickWins
- LastClickWins
- Shapley
- Markov

# Datenmanagement



## Attributionsmodell

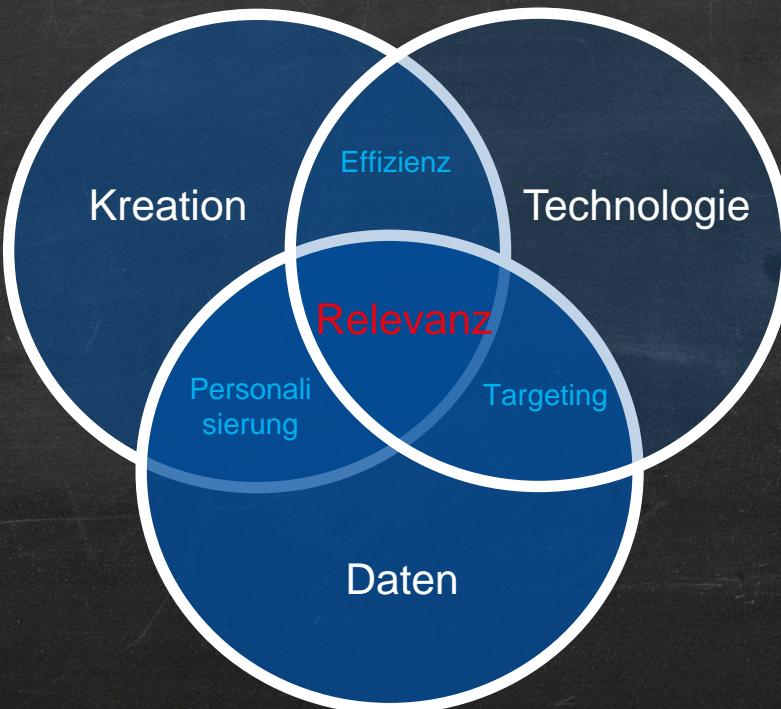


### Aussteuerung



# Kreative Lösungsansätze

**Daten, Technologie und Kreation im Einklang sind die Treiber für die perfekte Gestaltung der digitalen Customer-Journey.**





# Targeting & Personalisierung & Steuerung in der Praxis?



# Produkt

DKB-Cash: Kostenloses  
Girokonto mit Kreditkarte

Segmentierte Werbemittel Layout 2

**DKB Banner 300 x 250 px**

## Dynamische Komponenten

- #### **Push 1**

## Layout 2: Push



#### Segment

Push 2

- Hintergrund
  - Vorteils-Icon
  - Hauptvorteil

#### Layout 2: Push



Layout 2: Push 1



### **Push 3 (Feature)**

- Headline
  - Feature-Image

## Produkt-Feature (VISA / Girokonto)

Aktion-Kampagne

DKB Banner 300 x 250 px

Bildmotive aller Semente für den ersten Push

Push 1



An advertisement for DKB-Cash. It features a black and white photograph of a young man and woman smiling warmly at each other. The woman has her arm around the man's shoulder. Below the photo is the text "DKB-Cash Ihr verlässlicher Begleiter." At the bottom left is a blue button with the text "Jetzt eröffnen" and an arrow pointing right. To the right of the button is the DKB logo with the text "Deutsche Kreditbank AG Die Hauptbank im Internet".

An advertisement for DKB-Cash. It features a black and white photograph of a baby's face, looking slightly to the side. The background is blurred, showing what appears to be a domestic interior. The DKB logo is visible in the bottom right corner of the image.

# Users

**ers**  
SME-Cash  
Ihrennicke  
Begleiter.

**durc**  
IKB-digital  
Erfolgskonto.  
das zu mir passt.

An advertisement for DKB-Cash. It features a woman with blonde hair smiling. The text "DKB-Cash" is at the top, followed by "Perfekt für mein Studium." Below the woman is a blue button with the text "Jetzt eröffnen >". To the right is the DKB logo with the text "DKB Dein neuer Kreditkarte".

The image shows a woman wearing glasses and a blue top, looking towards the right. The DKB-Cash logo is overlaid on the top left corner of the image.

76

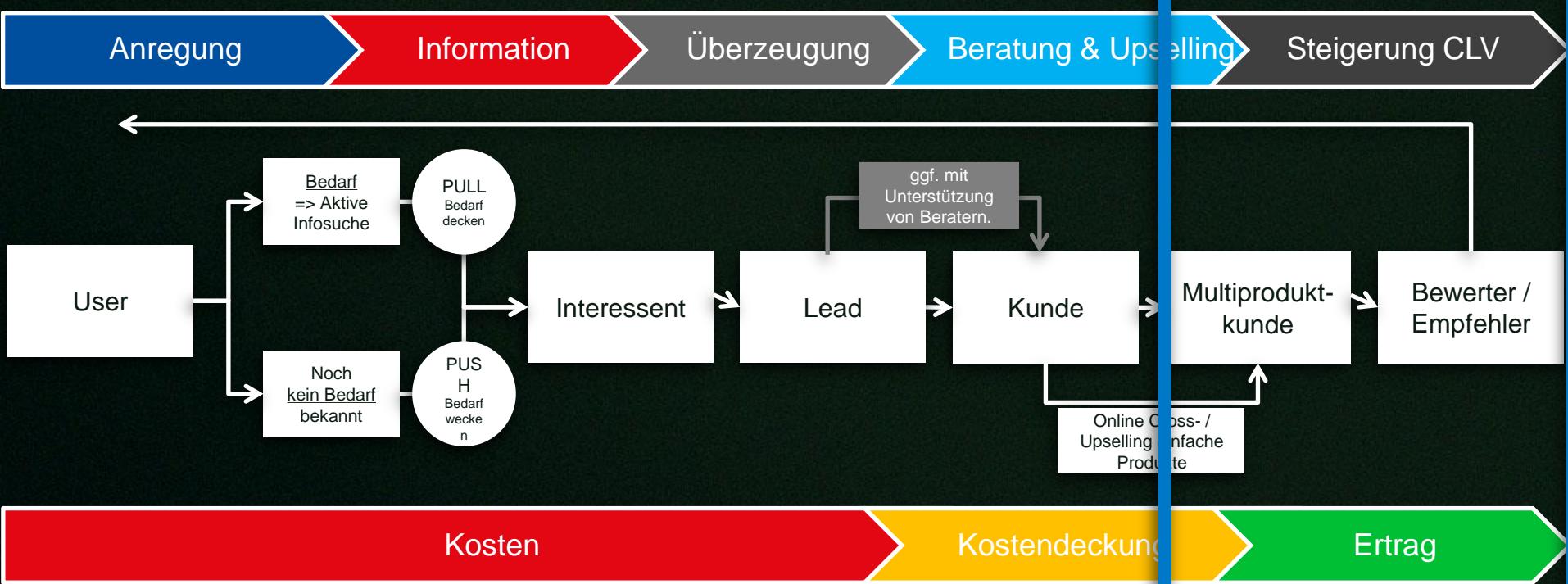
# Konvertierung durch dynamisch segmentierte Landingpages



Wann ist die  
Customer Journey  
für uns perfekt

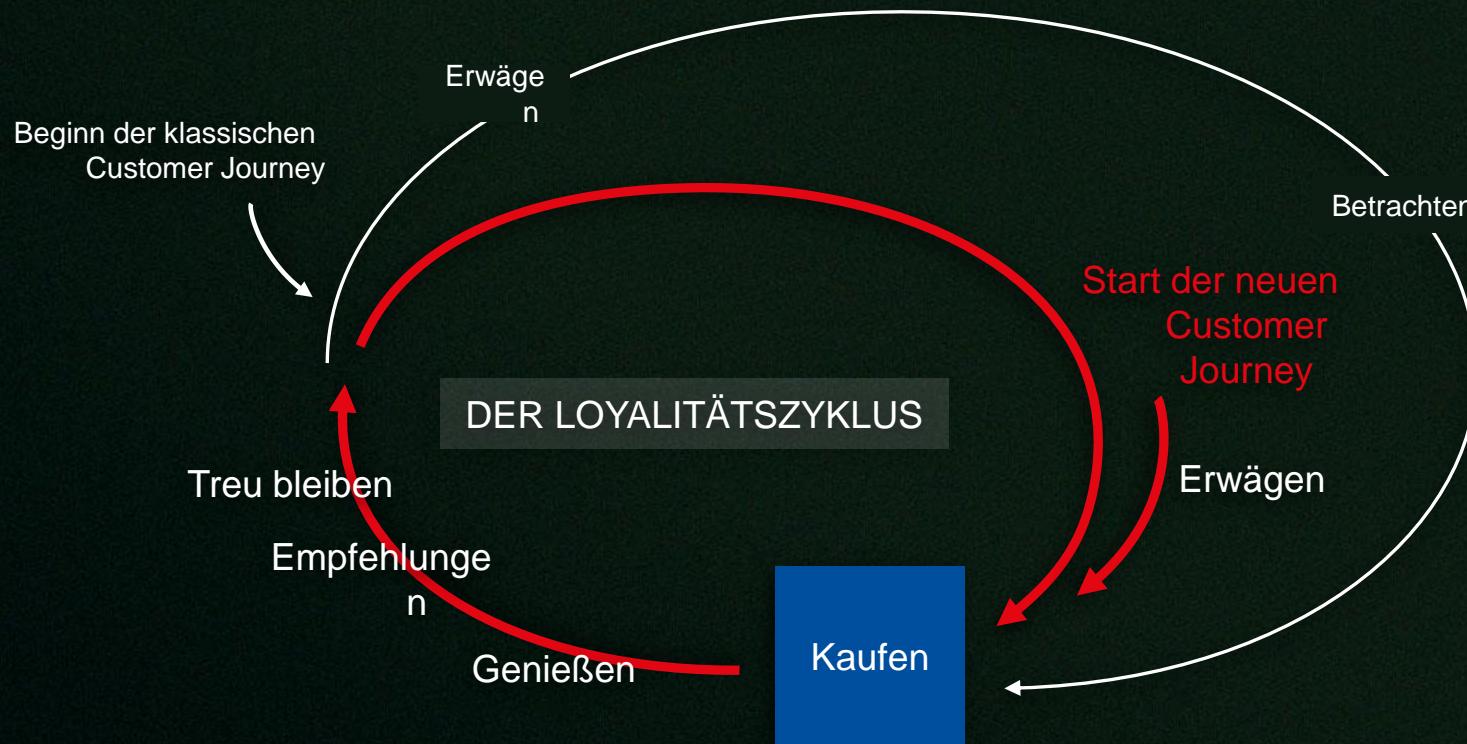
# Dynamische Customer Journey.

Die Unternehmenssicht



# Die neue Customer Journey versucht die Leute im Loyalitätszyklus festzuhalten.

## Die Customer Decision Journey





Vielen Dank.