



Real-Time Out-of-Home Targeting

Das Außenwerbe-Unternehmen Folyo bietet nun auch die Möglichkeit, direkt Zielgruppen innerhalb des urbanen Gebiets per vordefinierten Audience-Hotspots anzusprechen – ausgewählt werden können Stadt, Alter, Geschlecht und auch das Budget für die Kampagne.

Real-Time Targeting für Out-of-Home

Folyo bietet dynamisches Audience-Targeting an – nach Zielgebiet, Alter, Geschlecht, Interessen und Budget.

WIEN. Das Außenwerbe-Unternehmen Folyo bietet nun auch die Möglichkeit, direkt Zielgruppen innerhalb des urbanen Gebiets per vordefinierte Audience-Hotspots anzusprechen.

Audience-Packages

Hierfür wurden sogenannte Audience-Packages geschnürt. „Egal ob Sport, Kultur oder Family, wir haben aufgrund unseres immensen Datenschatzes für jede Zielgruppe passende Hotspot-Locations identifiziert und machen diese mit Folyo unseren Werbekunden direkt zugänglich“, so Manuel Klabacher, Geschäftsführer von Folyo.

Dynamisches Targeting

Diese Hotspots sind nicht nur fix festgelegt, sondern auch dynamisch.

Findet im Kampagnenzeitraum z.B. ein Sport-Event statt,

wird diese Location auch im Hotspot-Package ‚Sport‘ berücksichtigt und als zeitweilige Audience-Location ergänzt.

Die Kunden haben nun die Möglichkeit, nicht nur die Location ihrer Kampagne (z.B. nur innerhalb des Gürtels) einzuschränken, sondern auch explizit dafür passende Zielgruppen-

Hotspots stundenweise auszuwählen. Die gebrandeten Fahrzeuge stehen dann kurzfristig für die gewünschte Zeit an der gewünschten Location. Dies kann zusätzlich auch während der laufenden Kampagne geschehen und muss nicht kompliziert Tage vorab gebucht werden.

„Weiters bieten wir dieses Event-Service unseren Folyo-Fahrzeuglenkern gratis an. Bei den Taxi-



Ab Ende 2018 sind auch digitale HD Screens mit dynamisch ausspielbaren Content als Ergänzung zur Folierung geplant.

partnern erhöhen wir hiermit auf der einen Seite deren Chance, neue Fahrgäste zu bekommen, und auf der Werberseite generieren wir mehr passende Kontaktchancen“, so Klabacher.

Kampagne für W24

Die Produkterweiterung wurde bereits ausgiebig mit dem Wiener Stadtsender W24 als Kunde bei den Österreichischen Medientagen getestet.

Hierzu wurden die gebrandete Fahrzeuge explizit bei Veranstaltungsende am Eingang der Eventlocation positioniert.

Der Werbekunde konnte in Echtzeit über das Folyo-Dashboard die Location der Fahrzeuge bzw. die generierten Kontaktchancen verfolgen.

Wien Holding Medien-Geschäftsführer Marcin Kotlowski über die Kooperation: „Mit Folyo kann die Marke W24 innerhalb kürzester Zeit an jeden Ort der Stadt platziert werden, und zwar so, dass sie nicht übersehen wird.“

Kotlowski weiter: „Folyo bietet uns erstmals die Möglichkeit, die Performance unserer Außenwerbeaktivitäten in Echtzeit zu messen und gegebenenfalls während der laufenden Kampagne zu adaptieren.“

Infos:

www.getfolyo.com