

Promotion-Tools: Liveanalytics macht Live-Marketing messbar

Live-Marketing-Massnahmen waren bisher nur schwer bezifferbar. Mit Liveanalytics hat Promotion-Tools eine Neuheit auf den Markt gebracht, die das ändern soll. Durch physische Messungen vor Ort und Online-Datenübertragung haben Veranstalter die Möglichkeit, Daten eines Anlasses live zu verfolgen, über mehrere Tage und Standorte zu vergleichen und zeitnah zu optimieren.



von
Alban Haas
Managing Partner
Promotion-Tools AG
alban.haas@promotion-tools.ch



vielfach auf Abschätzungen oder beschränken sich auf die Anzahl verteilter Samples oder der registrierten Teilnehmer einer Aktivierung.

Google Analytics für Live-Marketing
Promotion-Tools wollte seinen Kunden mehr bieten und entwickelte inhouse dank des Digital-Teams mit Liveanalytics sozusagen das Google Analytics für Live-Marketing. Nun können wertvolle Daten über Zielgruppen gesammelt, Standorte bewertet und verglichen werden. So lässt sich eine Aktivität gezielter planen und steuern.

Was das Tool misst, lässt sich am besten anhand eines Beispiels erklären. Im Frühling veranstaltete Promotion-Tools mit dem «Schneeball Tschämp» in Zürich ein Eigenevent als Pilotprojekt. Im typischen Chalet-Look wurde in der Haupthalle des Bahnhofs eine Aktivierung aufgebaut und der schnellste Schneeballwerfer gesucht. Zwar sind Angaben über die allgemeinen Besucherfrequenzen im Bahnhof vorhanden, mit Liveanalytics konnte Promotion-Tools nun aber eigene, spezifischere Daten erheben.

Wichtige KPIs wie OTS, Views, Visitors und Conversions

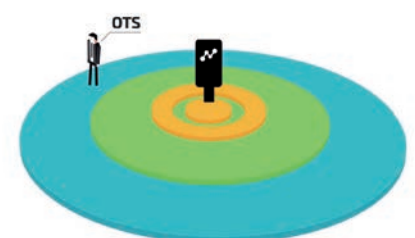
Die Messung mit Liveanalytics erfolgt in verschiedenen Kreisen um die Aktivität herum. Im äussersten Kreis wird die Opportunity to See (OTS) gemessen. Im Fall des «Schneeball Tschämp» wurde eine Fernwirkung von 30 Metern definiert. Die Distanz kann je nachdem auch anders eingestellt werden. Hält sich ein Passant in diesem Umkreis auf, wird er als OTS gemessen, also als Person, die die Gelegenheit hatte, den «Schneeball Tschämp» zu sehen oder wahrzunehmen. Kommt der Passant näher – im Fall von «Schneeball Tschämp» waren es 10



Landesweite Delizio-Roadshow (Bild HB Zürich), konzipiert und umgesetzt von Promotion-Tools und gemessen mit Liveanalytics. Bilder/Grafiken: zVG

Meter – misst Liveanalytics diese Person als View. Denn man kann davon ausgehen, dass ein Passant, der innerhalb von 10 Metern an einer Aktivität, die Aufsehen erregt, vorbeigeht, diese auch gesehen haben muss.

Löst die Aktivität Interesse aus und hält sich der Passant nicht nur im Umkreis von 10 Metern auf, sondern verharret dort auch über einen vordefinierten Zeitraum (zum Beispiel 30 Sekunden), wird der View zum Visitor. Der Passant



In einem definierten Umkreis liefert Liveanalytics ...

Promotion-Tools konzipiert und realisiert seit 16 Jahren Sales- und Live-Marketing-Projekte. Bei den Aktivitäten anlässlich von Events, Samplings oder Promotionen wurde die Agentur immer wieder mit der Schwierigkeit der Datenerhebung konfrontiert. Wichtige KPIs beruhen im Live-Marketing

hat sich die Zeit genommen, die Aktivität genauer anzuschauen und dem Schneeballwerfer zugeschaut. Nimmt er an der Aktivität teil und wirft selbst einen Schneeball, findet eine Conversion statt. Registriert er sich mit seinen Daten und nimmt am Wettbewerb des schnellsten Werfers teil, gilt er schliesslich als Lead. Wie lange sich die Passanten im Durchschnitt im messbaren Bereich aufgehalten haben, wird mit der Verweildauer ausgewiesen.

auswerten und erhalten so live Auskunft über Erfolg oder Verbesserungspotenzial einer Massnahme. Es werden wertvolle Daten über die Zielgruppe, deren Interaktion und Aufenthaltsdauer gemessen. Es können zudem Standorte bewertet und verglichen werden. Zu welchen Tageszeiten waren die Frequenzspitzen, welche Standorte waren erfolgreicher, welche weniger? Entsprechend können Personalressourcen optimal und kosteneffizient geplant und gesteuert werden.

Gutes Kunden-Feedback von ersten Einsätzen

Das bisherige Kunden-Feedback ist durchgehend positiv. Wie etwa bei der Kaffee-Degustation für Delizio, die am Hauptbahnhof in Zürich umgesetzt wurde: «Wir müssen unsere Ressourcen gezielt einsetzen und wollen den Return on Investment nach einer Aktivität möglichst genau beziffern können», begründet Ruedi Dätwyler von Delica AG den Einsatz von Livealytics bei der Delizio Roadshow, die Promotion-Tools inszenierte.

Kosteneffiziente Kundenberatung dank Livealytics

Auch als beratende Agentur ist Livealytics eine Bereicherung. Mit der Datenerhebung von diversen Standorten ist Promotion-Tools stets einen Schritt voraus und kann Kunden in Bezug auf die Personalplanung kosteneffizienter beraten. Die Angaben basieren nicht nur bloss auf Schätzungen oder Angaben von Vermietern. Es können sogar Abhängigkeiten von Tages- oder Jahreszeiten angegeben werden, denn nicht alle Standorte sind immer gleich stark frequentiert.

Promotion-Tools treibt Digitalisierung weiter voran

Promotion-Tools ist stolz auf die Entwicklung, die innerhalb der Agentur entstanden und gereift ist, und läutet damit eine neue Ära ein. Das Thema Digitalisierung macht auch im Live-Marketing keinen Halt. Umso wichtiger ist es, die Trends rechtzeitig zu erkennen und entsprechende Lösungen voranzutreiben. Die Verknüpfung von Live-Marketing mit digitalen Lösungen und Integrationen steht bei Promotion-Tools an oberster Stelle und wird auch künftig weiterentwickelt.



Frequenzen einer Live-Marketing-Aktivität können mit einem Online-Dashboard live analysiert werden.

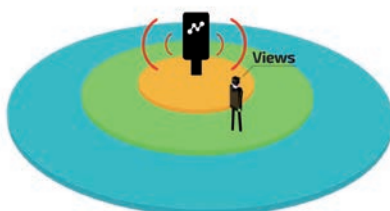
Einfache Installation

Das Gerät ist einfach zu bedienen. Livealytics kann bei einem Stromausfall einen Tag akkubetrieben Daten liefern. Und da es wenig Platz braucht, kann es auch bei kleinen Aktivierungen eingesetzt werden, ohne dass eine grosse Infrastruktur vonnöten ist.

Livealytics kann überall eingesetzt werden, wo Besucherströme und Verweildauer gemessen werden sollen. Mit den Kennzahlen können die Kunden ihre Aktionen

Kunden-Login mit Zugriff auf das Live-Dashboard

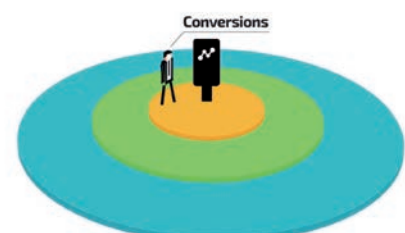
Aber das Messgerät selbst macht das Tool noch lange nicht komplett. In den Bereichen der Datenaufbereitung und Auswertung wurde sehr viel Entwicklungsaufwand gesteckt und über mehrere Monate getestet und optimiert. Livealytics-Kunden erhalten ein persönliches Login und können damit auf das webbasierte Dashboard zugreifen – selbstverständlich auch von mobilen Devices und in Echtzeit!



... Kennzahlen wie OTS, Views ...



... Visitors, Verweildauer und ...



... Conversions.