

COOP
SCHWEIZ: CLEAR CHANNEL | APG
PROGRAMMATIC DOOH

INSIGHTS AUS DEM KAMPAGNENREPORTING
KAMPAGENZEITRAUM HERBST 2020

JADUDA

**YOUR
MESSAGE
IS OUR
PASSION**





SCREENSHOTS COOP

IHRE WERBEMITTEL IM HOCHWERTIGEN UMFELD



JADUDA PROGRAMMATIC DOOH: COOP



 KAMPAGNENSETUP			
Allgemein		ZEITRAUM	OKT – NOV 2020
		GEO / SPRACHEN	SCHWEIZ / DE, FR & IT
DOOH		PLAYOUTS	> 715.000
		FORMAT	HOCH- UND QUERFORMAT
		TARGETING	WETTER ZEIT ZIELGRUPPE
LOCATION	<ul style="list-style-type: none"> - MALLS - RETAIL - E-PANEL (STRASSEN, BAHNHÖFE, POS) 		
FEATURES	PROGRAMMATIC DOOH <ul style="list-style-type: none"> - WETTER: AUSLIEFERUNG DER WERBEMITTEL < 12 GRAD + NIEDERSCHLAG UND/ODER BEDECKTER HIMMEL - ZEIT: AUSLIEFERUNG DER WERBEMITTEL WERKTAGS ZWISCHEN 16 UND 20 UHR, SAMSTAGS NACHMITTAGS 		

 KEY PERFORMANCE INDICATORS			
1		BRUTTOKONTAKTE	> 15 MILLIONEN
2		Standorte	130 unterschiedliche
 KAMPAGNEN INSIGHTS			
✓ Alle Bruttokontakte wurden mittels programmatischen Bidding auf den Targeting-Segmenten ausgespielt			
✓ <u>Es wurde das Ziel erreicht mit der Kampagne primär Pendler anzusprechen</u>			

