



PROGRAMMATIC & ADDRESSABLE TV

Bewertung aus Vermarkterperspektive

04.07.17 | Wien | Matthias Dang



Programmatic & Addressable TV

DAS BESTE BEIDER WERBEWELTEN



MASSENREICHWEITE

ADRESSIERBARE REICHWEITE

Programmatic & Addressable TV

LINEARES TV BIETET EINE BREITE PLATTFORM FÜR DIE KUNDENANSPRACHE



Programmatic & Addressable TV

JE MEHR ÜBER DEN EINZELNEN BEKANNT IST,
DESTO GEZIELTER DIE KOMMUNIKATION



> INDIVIDUELLE ZIELGRUPPEN NACH MASS

> INTEGRATION VON KUNDENDATEN

> MIT DATEN ANGEREICHETERE WERBEMITTEL

HEUTE MÖGLICH: RE-TARGETING DES ZUSCHAUERS AUF ALLEN SCREENS



Programmatic & Addressable TV

FERNSEHWERBUNG ERHÄLT EINE WEITERE FUNKTION IM MARKETING-FUNNEL



Irwin Gotlieb
Chairman, GroupM Global

„Granularity of data means that TV can serve not just the top of the marketing funnel but it can serve every level of the marketing funnel.“

Programmatic & Addressable TV

MORGEN



Dynamische Werbeinsel

