



# PROGRAMMATIC & ADDRESSABLE TV

Bewertung aus Vermarkterperspektive

04.07.17 | Wien | Matthias Dang



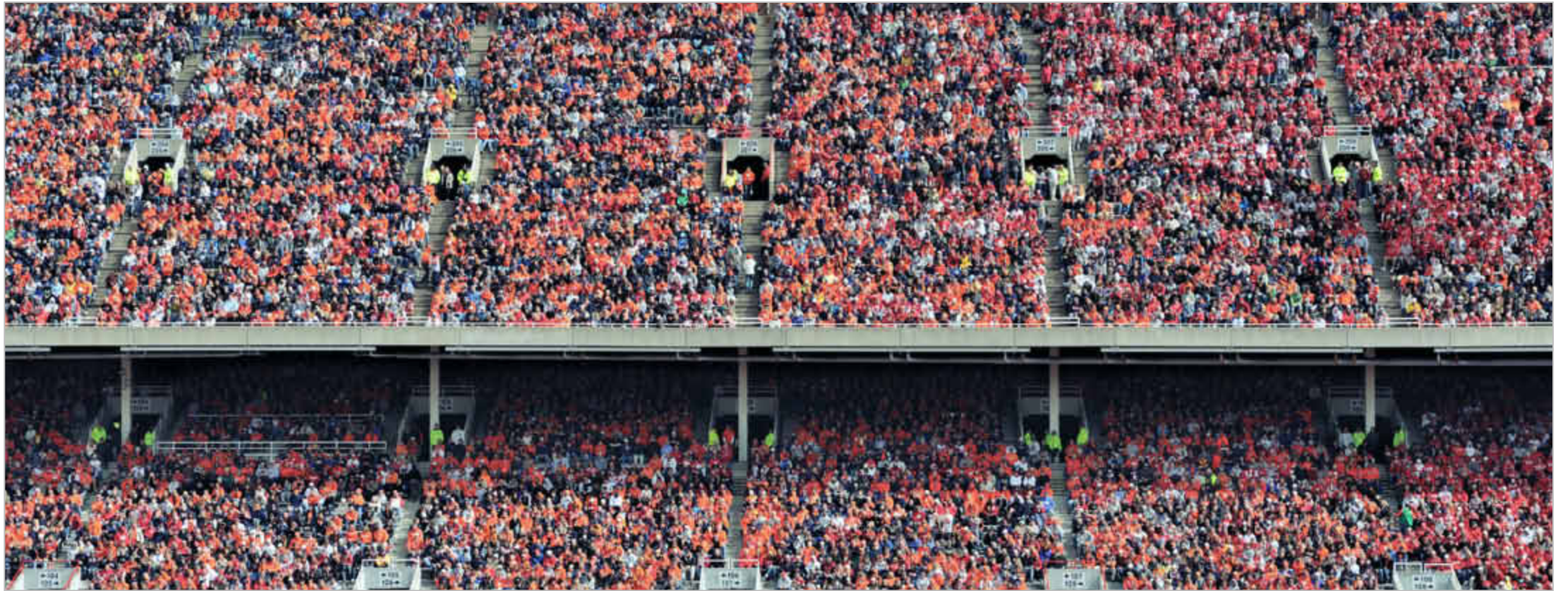
Programmatic & Addressable TV

# DAS BESTE BEIDER WERBEWELTEN



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 ANGEREICHETERTE 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

