

bonsai

&

EM
SU

RETAIL MEDIA

WAS IST RETAIL MEDIA?

Retail Media ist eine der am stärksten wachsenden digitalen Werbegattungen in den letzten Jahren. Obwohl oder gerade weil es sich um eine relativ neue Disziplin handelt. Es bezeichnet die Platzierung von Werbung innerhalb der Einzelhandelsumgebung – sei es in physischen Geschäften oder auf E-Commerce-Plattformen. Im Web nutzt diese Werbeform Daten und digitale Technologien, um Werbeinhalte zu personalisieren und zu optimieren, wo sie am relevantesten sind. In physischen Geschäften war Retail Media in der Vergangenheit noch sehr printlastig und wenig messbar. Dank smarterer, digitaler Lösungen, dem Einsatz von Bewegtbild und integrierten Messsystemen wie in unseren EMSU-Systemen, hat digitales Retail Media oder Bildschirmwerbung Einzug am POS erhalten.

Stärker als für alle anderen Mediensegmente rechnet der FOMA-Trendmonitor in diesem Jahr mit einem deutlichen Zuwachs für Retail Media.

EINFLUSS VON RETAIL MEDIA

Aber welchen Einfluss hat die Schaltung von Retail Media im Einzelhandel auf ihre beworbenen Produkte? Wie sehen die Absatzeffekte der beworbenen Produkte aus? Welche Zielgruppen beschäftigen sich mit den Produkten, wen kann man überzeugen?



ID 713 | female | 20-25 years

Hier DHL Pakete abgeben oder ab

EO's

CONVENIENCE

ERGASUPERG

DER EXKLUSIVE RETAIL MEDIA TESTMARKT VON EMSU & BONSAI

EMSU und Bonsai betreiben einen exklusiven Testmarkt aus verschiedenen Rewe und Edeka Märkten, bei denen testweise Buchungen auf den vorhandenen Displays durchgeführt werden können. Es erfolgen Messungen der Absätze und optional weitere Forschungsmodule. Wir helfen, die tatsächlichen Wirkungen der Mediaschaltung zu verstehen und bieten eine Spielwiese zum Ausprobieren im kleinen Rahmen. Wir ermitteln Absatzeffekte und Zielgruppenverständnis für die nationale Buchung und zeigen Verbesserungspotentiale auf. Kurzfristig während der Schaltphase und darüber hinaus durch die Messung in der Postphase.



STANDARDISIERTER
ANSATZ DER
WIRKFORSCHUNG

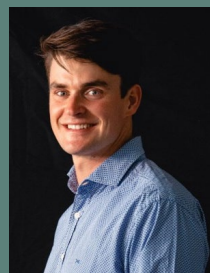
	Testdesign	Pre-Phase 8 Wochen (back data)	Testphase 2-4 Wochen	Postphase 8 Wochen
Test- gruppe 1	5 Stores	Erfassung Abverkäufe Keine Veränderung	Erfassung Abverkäufe Platzierung EMSU Display mit Brand Content A	Erfassung Abverkäufe Keine Aktivierung
Test- gruppe 2	5 Stores	Erfassung Abverkäufe Keine Veränderung	Erfassung Abverkäufe Platzierung EMSU Display mit Brand Content B	Erfassung Abverkäufe Keine Aktivierung
Kontroll- gruppe	10 Stores	Erfassung Abverkäufe Keine Veränderung	Erfassung Abverkäufe Keine Veränderung	Erfassung Abverkäufe Keine Veränderung

Wir freuen uns auf den Austausch mit Ihnen!



Stefan Feldmeier
Bonsai Geschäftsleitung

✉ stefan.feldmeier@bonsai-research.com
☎ +49 (0)151 – 19626791



Adrian Hoesch
Co-Founder & Managing Director

✉ hoesch@emsu.io
☎ +49 (0)176 – 46295389