



MetroZoom poprvé do metra přináší reálná data o pohybu cestujících, která můžete využít pro chytré a přesné plánování vašich kampaní. S využitím big dat mobilního operátora známe toky všech typů cestujících kolem našich CLV ploch v každé stanici metra, v každou denní dobu, každý den v týdnu. Díky našemu nástroji BigPlan jsme tak nyní schopni i v metru sestavovat nejefektivnější kampaně přesně pro vaši cílovou skupinu a poskytnout vám k ní standardní mediální ukazatele:



BigPlan využívá **big data** z chování, pohybu a zájmů milionů uživatelů sítě O2 na základě souhlasu se zpracováním osobních údajů pro obchodní účely



Tito uživatelé generují obrovské množství dat o své poloze, mobilní komunikaci, aktivitě na internetu, při nákupu v e-shopech, při sledování TV nebo při běžné komunikaci se svým operátorem



Tato anonymizovaná a agregovaná data – přepočtena na celou populaci ČR 8+ (9 585 960 osob) – jsou se souhlasem uživatelů využitelná marketingově pro přesné cílení na konkrétní zákazníky = cílové skupiny



Pohyb SIM karet kolem našich CLV ploch během dne za práci, nákupy, sportem a zábavou, nám poskytuje přesnou znalost zásahu každého našeho nosiče právě pro jednotlivé cílové skupiny,



na které poté můžeme přesně plánovat kampaně v metru a poskytnout vám standardní mediální ukazatele, na něž jste zvyklí u ostatních mediálů (Reach, Imprese, Frekvence, GRP, TRP, CPT)

Plánovat a vyhodnocovat své CLV kampaně v metru můžete na tyto cílové skupiny:

Pohlaví	Věk	Zájmy	Lokalita	Socioekonomické skupiny
muži	8+	auto & moto	Praha	A + B
ženy	18+	bydlení, domácnost, zahrada	Praha + Středočeský kraj	C
	18–24	cestování, kultura	celá ČR	D + E
	25–39	finance		
	40–49	foodies		
	50–59	kariéra, vzdělávání, zdraví		
	> 60	nákupy, móda		
		rodiny s dětmi		
		sport, hry		
		telekomunikace		
		pets		
		drobní podnikatelé		

Mediální hodnoty:

Data o výkonu vaší kampaně:

REACH

Celkový počet unikátních kontaktů s kampaní

IMPRES

Celkový počet všech kontaktů s kampaní

FREKVENCE

Kolikrát průměrně jsou reklamní kampaně zasaženy osoby v cílové skupině

TRP

(Target Rating Point) – Celkový počet kontaktů s kampaní v % v konkrétní cílové skupině (jednotlivec může být započítán vícekrát)

CPT

(Cost Per Thousand) – Cena za tisíc oslovených kontaktů (v Kč)

Plánujte své kampaně chytře:

Plánování kampaní pomocí BigPlan spočívá ve schopnosti algoritmu porovnat miliardy možných kombinací CLV ploch a vyhledat takovou, která dodá maximální možný výkon vaší kampani. BigPlan hledá takovou kombinaci CLV, která zajistí co nejvyšší počet unikátních zásahů požadované cílové skupiny:



Plánovat a vyhodnocovat své kampaně v metru můžete zdarma od 5 libovolných CLV ploch



Vámi preferované plochy umí BigPlan doplnit tak, aby daná kombinace vždy generovala maximální zásah vaší cílové skupiny



Plánovat můžete na požadované množství nosičů (maximální reach), na požadovaný zásah (fixní reach) nebo požadovaný rozpočet (budget reach)



Plánování můžete optimalizovat nejen na Reach 1+, tedy co největší počet unikátních zásahů, ale i na Reach 3+, 5+ a 8+ (např. co největší počet zásahů s frekvencí minimálně 3. Do hodnot se tak započtou jen ty osoby, které vaši kampaň viděly minimálně 3x)



Funkce storytelling – BigPlan umí nakombinovat CLV plochy do kampaně tak, abyste vaší cílové skupině mohli s co největším zásahem odkomunikovat více na sebe navazujících motivů

Mohlo by vás také zajímat:

Z jakých dat BigPlan plánuje vaši kampaň?

Na základě skutečného pohybu cílové skupiny kolem ploch kampaně v předcházejícím období kampaně

Z jakých dat BigPlan vyhodnocuje vaši kampaň?

Na základě skutečného pohybu cílové skupiny kolem ploch kampaně přímo v období kampaně. Data jsou k dispozici vždy 10 dní po skončení kampaně. BigPlan umí vyhodnotit i vámi sestavenou a naplánovanou kampaň

Jak BigPlan zohlední to, že ne všichni cestující jsou zákazníci O2?

Přestože BigPlan zpracovává pouze data ze sítě O2, jsou tato data následně extrapolována (přepočítávána) na zbytek populace ČR, tj. i na zákazníky jiných operátorů. Do přesného výpočtu zásahu poté vstupuje řada proměnných, jako tržní podíl O2 pro každou administrativní jednotku, nebo i třeba data z ČSÚ

Jak BigPlan dokáže měřit zásah i ve stanicích, kde není mobilní signál?

V každé stanici metra je signál zajištěn BTS vysílačem. Ačkoli se může jednat o starší vysílač, který poskytuje pouze 2G signál, mobilní telefon zákazníka se k takovému vysílači vždy připojí, jelikož jej v podzemí metra vyhodnotí v tu chvíli jako nejsilnější

Jak vypadá proces od zadání po zaslání výběru ploch?

- 1** Klientem zaslané zadání u nás zpracujeme a zadáme do BigPlan rozhraní, kde navolíme požadované parametry kampaně. Zároveň vybereme všechny dostupné CLV plochy, ze kterých BigPlan bude vybírat nejvhodnější kombinaci ploch
- 2** Samotný výběr a výpočet z miliard možných kombinací probíhá automatizovaně v O2
- 3** Poté obdržíme nejvhodnější kombinaci ploch, kterou zpracujeme a zasíláme na klienta včetně všech mediálních ukazatelů

