

30 Jahre MediaCom – Charity Versteigerung 14.11.2017

#5: Modelling by MediaCom: Was beeinflusst wie meine Verkaufszahlen?

Analyse von Zusammenhängen im Markt mit dem Fokus auf Medieninvestitionen

Modelling ist eine Analyse von Korrelationen in der Vergangenheit, um in der Zukunft Ziele effizienter zu erreichen.

Wir nehmen zum Beispiel Verkaufszahlen einer Marke der letzten 2 Jahre und analysieren mittels multivariater, non-linearer Regressionsberechnung den Zusammenhang der Verkaufszahlen mit verschiedenen Einflussfaktoren. Dabei legen wir einen Schwerpunkt auf Mediaaktivitäten und deren Einfluss auf die Verkaufsentwicklung. Preise, Promotion, Wetter, Feiertage, Saisonalität und andere spezifische Einflussfaktoren werden ebenso berücksichtigt und analysiert.

Ziele der Modellberechnungen sind die Bestimmung des ROIs jeder Mediengattung und die Identifizierung und Quantifizierung von sonstigen Einflussfaktoren. Die Ergebnisse dienen in weiterer Folge der Optimierung des Mediaplans, beispielsweise der Festlegung des optimalen Werbedrucks, der Zeitstrategien und zur Optimierung des Mediamix.

Prognosen und Simulationen ermöglichen die Vorhersage von möglichen zukünftigen Kampagnenvarianten und helfen eine effiziente Mediastrategie aufzusetzen. Modelling-Auswertungen erlauben faktenbasierte Entscheidungen und Kontrolle.

Sachwert: € 50.000,- exkl. USt. (für eine Marke)