



Day Modelling Tracker

Was ist ein Day Modelling Tracker?

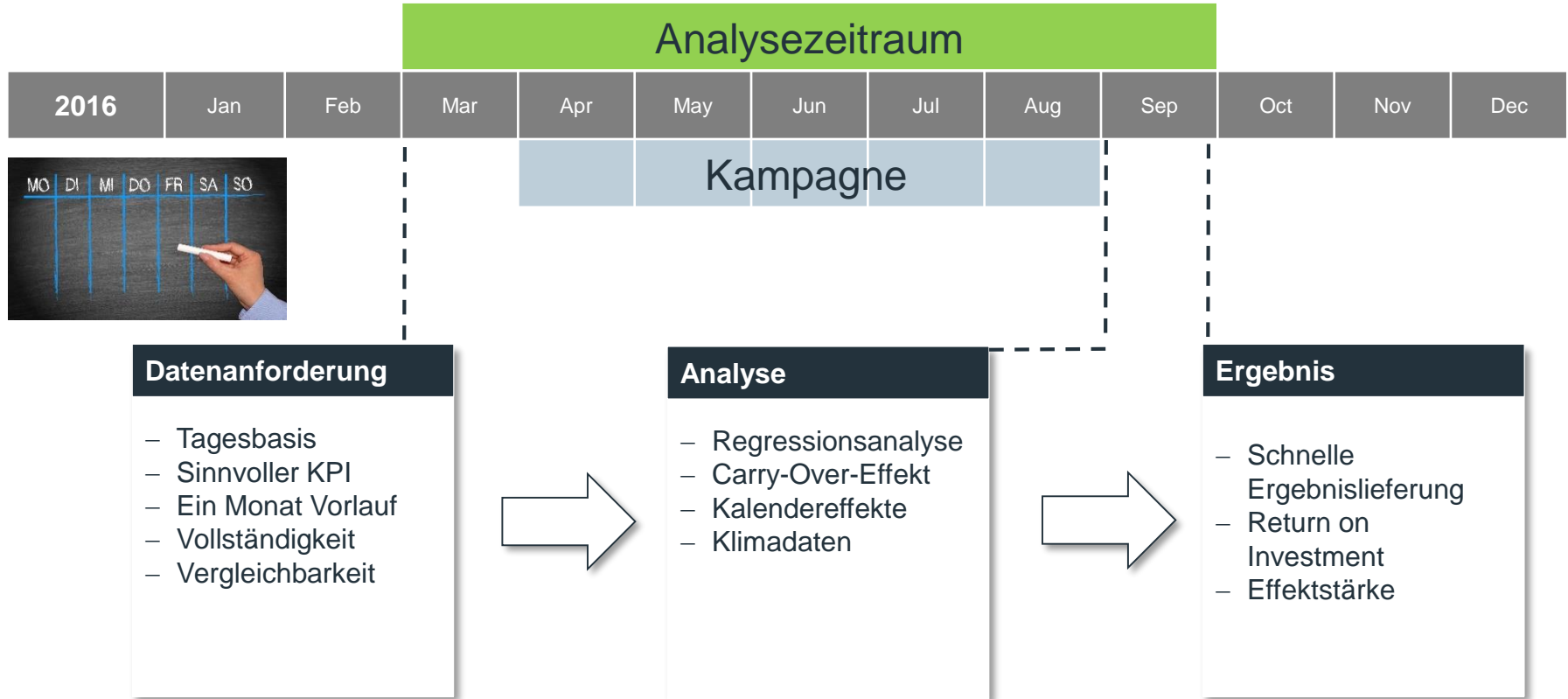
Ziel ist es, kurzfristig die Wirkung einer Kampagne auf den KPI mit der Anwendung von **regressions-analytischen** Verfahren zu bestimmen.

Die Grundlage für ein solches Modell sind Tagesdaten.

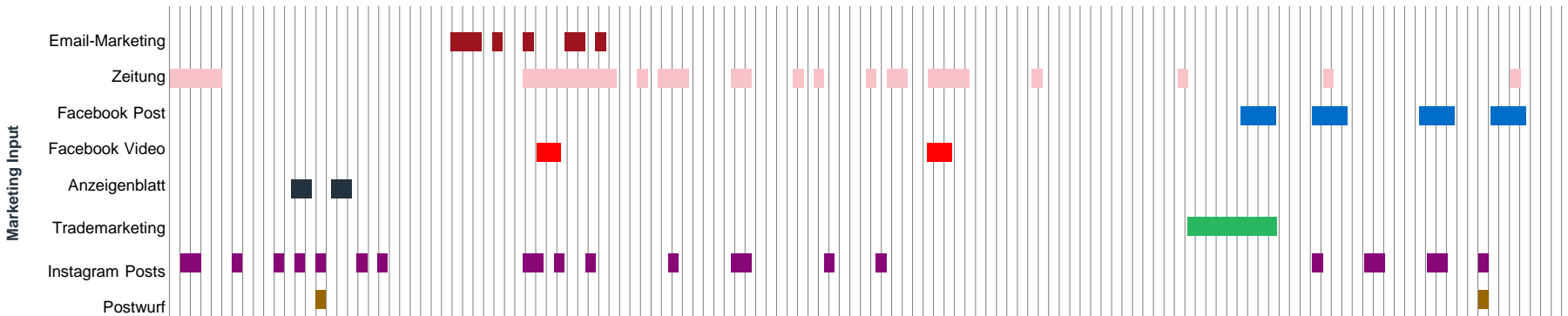
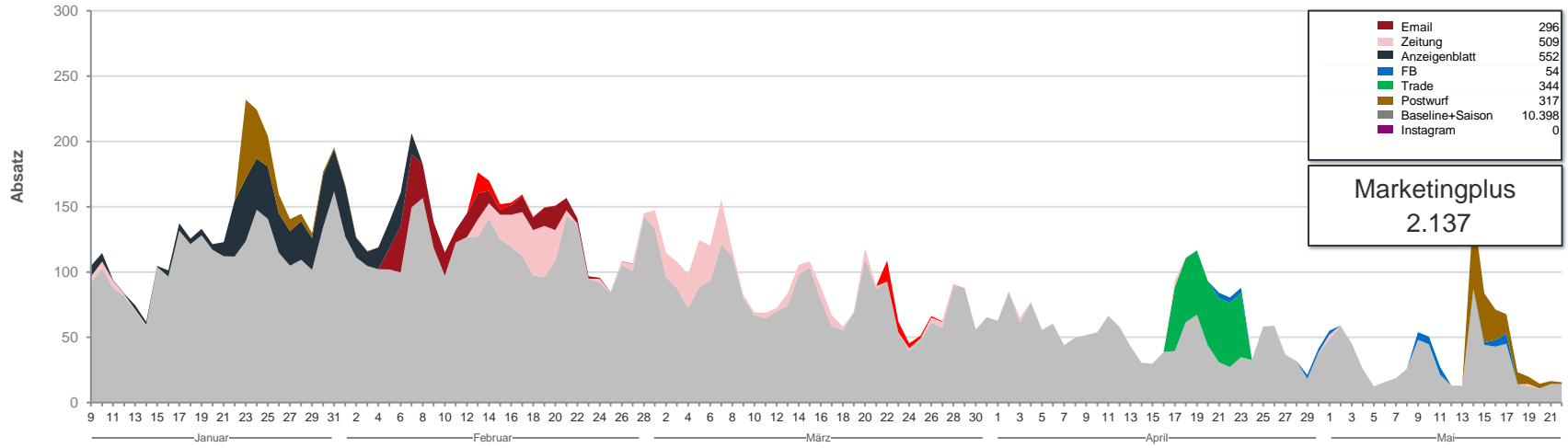
Über externe Daten werden Saison-Effekte berücksichtigt.



Werbewirkung auf Basis von Tagesdaten



Ein Modelling identifiziert signifikante Einflüsse und berechnet die Beiträge der Vergangenheit im Zeitverlauf



Return on Investment

Spending in €

Zusatzumsatz in €

ROI

25.896

Anzeigenblatt

20.253

0,78

19.365

Zeitung

18.675

0,96

8.500

Trademarketing

12.621

1,48

3.210

Postwurf

11.631

3,62

985

Email

10.860

11,03

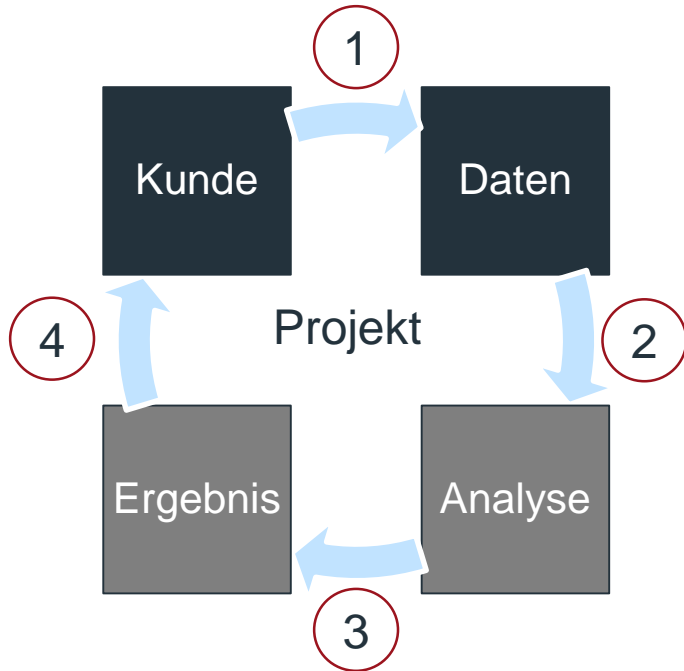
786

Facebook

1.981

2,52

Projekttablauf



- 1 Marketing Daten und Zielgröße werden vom Kunden über einen Zeitraum von mindestens vier Monaten tagesgenau getrackt.
- 2 Die Daten werden geprüft und eine Machbarkeitsanalyse für das Projekt erstellt.
- 3 Analyse und Anreicherung der Daten mit Saison-Effekten.
- 4 Ergebnispräsentation mit Handlungsempfehlungen innerhalb von zwei Wochen nach Datenlieferung.



Ansprechpartner:

Dirk Kelzenberg

0221 168 985 38

dirk.kelzenberg@mehrsehen.eu

www.mehrsehen.eu

