CZYM JEST KOALAMETRICS

IDENTYFIKUJ I PRZEWIDUJ ZACHOWANIA KONSUMENTÓW

Dzięki technologii zintegrowanej z popularnymi pulsiarki aplikacjami, precyzyjnie analizujemy położenie użytkowników smartfonów z systemem operacyjnym Android (miejsc lokalizacji), w oparciu o publiczne sieci wi-fi. Co istotne łączenie się użytkowników z tymi sieciami nie jest wymagane, wystarczy, że są w jej zasięgu- skytny zarejestrować wizytę w danej lokalizacji. Przesyła to w anonimowy, i godny z RODO sposób identyfikować schemat zachowań użytkowników i tworzyć ich szczegółowy Profil Offline (zestaw przypisanych Segmentów Behawioralnych Offline).

JAK ANALIZUJEMY RUCH OFFLINE

1. Instalujemy naszą technologię w aplikacjach partnerskich na Android OS, w sposób zgodny z RODO.
2. Analizujemy sieci wi-fi w otoczeniu klienta oraz ich parametry.
3. Automatycznie segmentujemy dane - budujemy Profile Offline klientów lub oznaczamy ich miejsce zamieszkania.

DLACZEGO KOALA JEST UNIKALNA

PRECYZJA

Dzięki autorskiej analizie propagacji sygnału sieci wi-fi (model rozchodzenia się sygnału w budynkach), ale reklamy mikrolokalizację użytkowników. Mikrolokalizacja oznacza pozycję ze znacznie większą precyzją, niż dane lokalizacyjne z GPS czy BTS. Wiemy nie tylko w jakim mieście, czy też centrum handlowym konsument się znajduje, ale także, który dokładnie sklep odwiedza (biza POI)

SKALA

52 TERABAJTY DANYCH ROCZNIE
gromadzimy w naszych bazach

2,5 MILIONA UŻYTKOWNIKÓW MIESIĘCZNIE
monitorujemy ich nawyki bez danych

2,6 MILIONA WIZYT TYGODNIOWO
w 35 tys. punktach (POI)

24 MILIONY UNIKALNYCH PUNKTÓW WIZYTÓWKI
w przyrodzie urządzeń użytkowników

* POI (point of interest) centra handlowe, sklepy, restauracje, punkty usługowe, stacje benzynowe, salony samochodowe itd

PRODUKTY

KOALAMETRICS

- KOALA ADS
- KOALA REPORTS
  - KOALA ADS REPORT
  - CUSTOMER JOURNEY REPORT
  - CATCHMENT AREA ANALYSIS
  - CUSTOMER PROFILE ANALYSIS

KOALA ADS

TWORZYMY EFEKTYWNE KAMPANIE NA DANYCH OFFLINE

Opracowujemy segmenty behawioralne w oparciu o unikalne dane offline Koalametrics, które wykorzystujemy w mikrotargetowanych kampaniach digitalowych. Do bardzo ścisłe określonych grup użytkowników docieramy poprzez Google Display & Video 360 oraz Adform. Wszystko po to, żeby komunikacja trafia do odpowiedniego odbiorcy.

ETAPY KAMPANII

- Przeprowadzamy wstępną analizę.
- Definiujemy, które segmenty offline najlepiej odpowiadają potrzebom klienta. Ustalamy kim są jego obecni klienci?
- Wybieramy z naszej bazy użytkowników, którzy spełniają wyższe segmentu dla klienta oraz znajdujemy podobnych użytkowników o najwyższym potencjale konwersji.
- Emitujemy kampanię do ściśle określonych segmentów, docierając do użytkowników zarówno w kanale mobile, jak i desktop, poprzez mix formatów.

KOALA REPORTS

POZNAJ ZACHOWANIA KLIENTÓW W ŚWIECIE OFFLINE

Na podstawie danych offline wiemy skąd i gdzie przybywają nasi użytkownicy, a tym samym - kto jest klientem danego sklepu, jakiej jest płci, w jakim jest wieku oraz na jakim obszarze przebywa w określonych porach doby.

RODZAJE RAPORTÓW

1. RAPORT KONWERSJI. BADAMY WPŁYW KAMPANII ONLINE NA ZACHOWANIA OFFLINE

Jako pierwi w Polsce tworzymy zaawansowane raporty obrazujące konwersję kampanii online na offline. Odpowiadamy na pytanie czy i w jakim stopniu emisja reklamy wpłynęła na odwiedzalność placówek offline i zachowania użytkowników. Przedstawiamy jak ruch rozkłada się w poszczególnych skle pach oraz na tle konkurencji. Analizę możemy wykonać dla kampanii realizowanej przez nas oraz kampanii realizowanych przez wielu wydawców.

- Określenie wskaźnika konwersji online na offline
- Określenie wielkości ruchu w sklepach klienta
- Identyfikacja, w których segmentach kampania była najbardziej skuteczna
- Identyfikacja najbardziej efektywnych kanałów reklamowych

2. RAPORT OMNIPUBLISHER. ZBADAJ, JAK TWOI DOSTAWCY MEDIÓW PRZYCIĄGAJĄ KLIENTÓW DO SKLEPÓW OFFLINE!

Raport jest produktem umożliwiającym określenie skuteczności komunikacji realizowanej przez wielu wydawców w ramach mediów płatnych. Na podstawie analizy możemy stwierdzić, w jaki sposób każdy z wykorzystanych kanałów przełożył się na ruch offline i docelowo - planować skuteczniej.

- Analiza efektywności wydawców
- Analiza ruchu w Twoich sklepach
- Analiza ruchu w sklepach konkurencji

3. ANALIZA CATCHMENT AREA. GDZIE MIESZKAJĄ TWOI KLIENCI?

Dzięki danym pochodzącym z panelu KoalaMetrics, możemy precyzyjnie określić gdzie mieszkają klienci wskazanej lokalizacji, klienci konkurencji oraz jaki odsetek osób stanowią osoby nie będące klientami danej z lokalizacji.

- Wizualizacja strefy zasięgu sklepu na interaktywnej mapie
- Identyfikacja obszarów niezaspokajanych przez markę

4. ANALIZA PROFILU KLIENTA. WIEMY KIM SĄ TWOI KLIENCI.

Dzięki naszym danym wiemy również określić, kim są klienci oraz ich demograficznym (płeć i wiek) oraz jaki jest ich profil behawioralny (na podstawie odwiedzanych miejsc).

- Płeć i wiek klientów własnych oraz klientów konkurencji
- Profil behawioralny online i offline klientów własnych oraz klientów konkurencji
- Określenie lojalności klientów

NAGRODZONE PROJEKTY

TOP 100 MINDSHARE

WYRÓŻNIENIE MIXX AWARDS 2019 KATEGORIA OFFLINE DIGITALIZING

8%	2 298	976 647 UU	3.05%
wzrost dziennego trafficu na sklepach BP w trakcie trwania kampanii	nowych klientów/dzień na sklepach BP (POI)	wzrost dziennego trafficu na sklepach BP w trakcie trwania kampanii	post view conversion rate, czyli procent konwersji/zakupów, jaki przeszedł nam sprzedawcy o głlnopolską grupę docelową, podążającą przez partnera.

Polski rynek stacji paliw jest bardzo konkurencyjny, a lojalność klientów - niewielka. Właśnie dlatego zaproponowaliśmy nastandardowe rozwiązanie, które pozwoliło partnerowi rywalizować z większą i znacznie bardziej aktywną mediowo konkurencją. Zastosowanie Mobile Proximity Marketing dało nam możliwość precyzyjnego dotarcia do klientów konkurencji i skuteczniej ich konwersji na klientów Myjni BP. Na podstawie rozpoznanego sygnału wi-fi, przeprowadziliśmy ruch w 189 z 301 stacji z całkiem BP Myjnia. Podobny proces przeprowadziliśmy na 1 589 stacjach konkurencji. W ten sposób wyodrębniliśmy grupy użytkowników natężających, co przesłało nam sprawyzować o głlnopolską grupę docelową, podążającą przez partnera.

PANDÓRA | OMD

NAGRODA Mobile Trends Conference KATEGORIA MARKETING

Projekt realizowany dla Pandora, we współpracy z OMD Resolution. Z pomocą unikalnych danych, mierzyliśmy zwiększyliśmy ruch w sklepach stacjonarnych klienta. W tym celu przeanalizowaliśmy zachowania osób, które są klientami konkurencji lub tywają w okrzdnych lokalizacjach, takich jak centra handlowe, hotele i modne miejsca w przestrzeni miejskiej. To pozwoliło nam stworzyć unikatny profil użytkownika, do którego dotarliśmy za pomocą wysoklelcjonowanych, autorskich kreacji.

34	9%	1,1 TYS.	1 086 529
lokacji przesmażlowanych	wzrost dziennego trafficu	nowych klientów zrewentarzowych	zasięg

WSPÓŁPRACUJEMY Z LIDERAMI NA RYNKU

O NAS

W Justtag zwiększamy sprzedaż produktów oraz usług naszych klientów, analizując zachowania offline Użytkowników. Dzięki technologii łączącej bardzo online i offline przyciągamy nowych konsumentów, mierzymy efektywność kampanii reklamowych i dostarczamy unikalną wiedzą rynkową.

Skontaktuj się z nami:

CONTACT@JUSTTAG.COM