

Digitales Geomarketing

„Wie Sie für Ihr Unternehmen neue Zielgruppen im direkten Umfeld erreichen können!“



Meine *Geomarketing* Agenda für Sie

1 Geomarketing – überhaupt relevant?

2 Wie sich die Großen auf Geomarketing vorbereiten!

3 Die Ergebnisse unseres Geomarketing Projekts
Digitales Viertel Sülz / Klettenberg

Meine *Geomarketing* Agenda für Sie

1 Geomarketing – überhaupt relevant?

2 Wie sich die Großen auf Geomarketing vorbereiten!

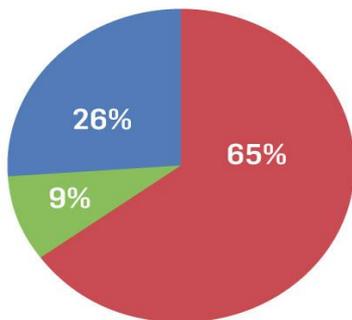
3 Die Ergebnisse unseres Geomarketing Projekts
Digitales Viertel Sülz / Klettenberg

30% aller stationären und **40%** aller mobilen Suchanfragen bei **Google** haben einen **lokalen Bezug** (Quelle: Google 2015)



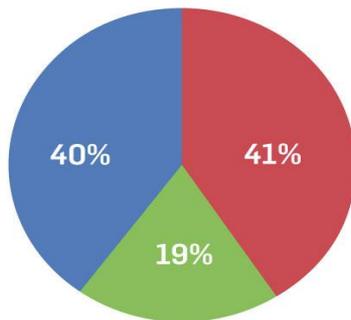
Nutzer suchen lokal – Suchmaschinen liefern bis zu 40% „lokale Treffer“

 **Bing**



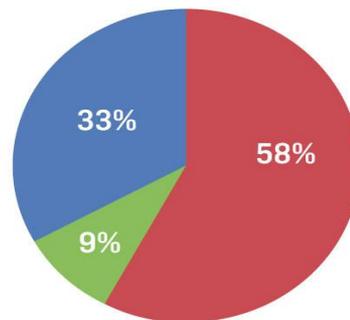
■ Lokale Ergebnisse

Google



■ Große Webseiten

YAHOO!

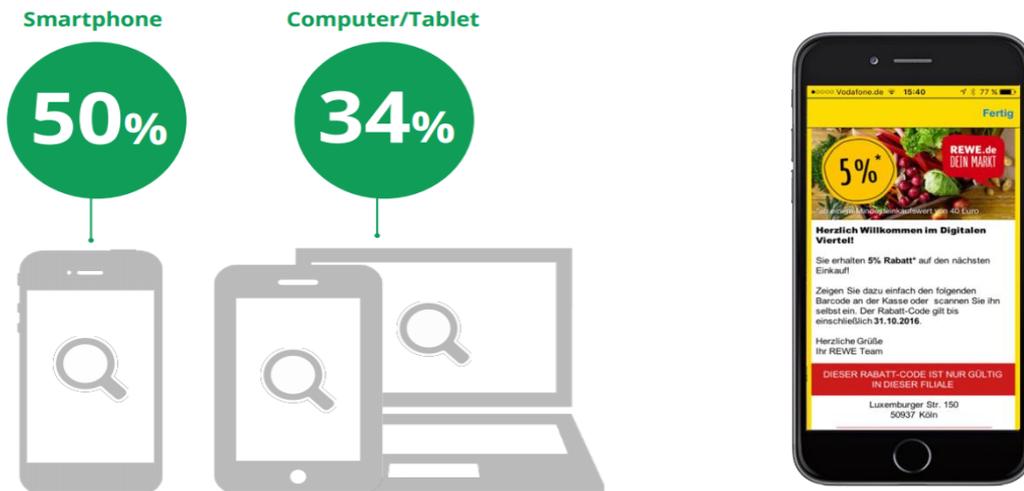


■ Lokale Geschäfte

Das lokale Umfeld – für mobile Nutzer genauso wichtig wie „allgemeine Suche“



Nutzer die innerhalb von 24h nach einer **lokalen Suche** einen Händler aufsuchen ...



Lokal. Digital. für Agenturen und Marken die 2. wichtigste Marketingmetrik ... 2016

Most Important Tactics/Metrics for the Digital Marketing Industry According to US Marketing Professionals, Brand vs. Agency, Aug 2016

% of respondents

	Agencies	Brands
Social advertising	46%	52%
Location targeting	44%	42%
Automation software	43%	32%
Mobile	41%	51%
Social commerce	38%	26%
Rise of ad blockers	36%	32%
Conversion rate optimization	34%	46%
Programmatic	34%	26%
Voice search	33%	30%
Cloud computing	21%	14%

Note: over the past 12 months

Source: Hanapin Marketing, "The State of PPC 2016-2017," Sep 26, 2016

Meine *Geomarketing* Agenda für Sie

1 Geomarketing – überhaupt relevant?

2 Wie sich die Großen auf Geomarketing vorbereiten!

3 Die Ergebnisse unseres Geomarketing Projekts
Digitales Viertel Sülz / Klettenberg

2 Wie sich die Großen auf Geomarketing vorbereiten!

Die Metriken im Geomarketing // Beacons, Geofencing & IP



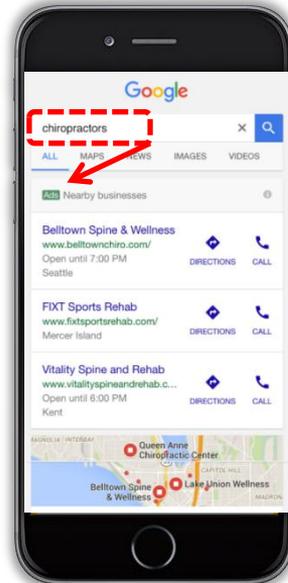
2 Wie sich die Großen auf Geomarketing vorbereiten! *Google und Facebook – bisher kein echtes „Geomarketing“*

Google

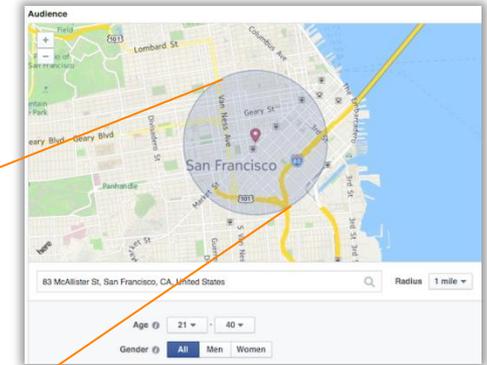
facebook



Local Inventory Ad
über IP Detection
(Shopping-Kampagne)



Nearby Businesses
über IP Detection
(nur in den USA)



Local Awareness Ads
werden auf den Umkreis via
IP Detection!

2 Wie sich die Großen auf Geomarketing vorbereiten!

Gelbe Seiten arbeitet mit echtem Geofencing



Geofences stecken virtuelle Bereiche um das Geschäft ab.



Innerhalb dieser Begrenzung können User, die den Raum betreten, verweilen oder ihn verlassen, kontaktiert werden.



Voraussetzung dafür ist die aktive Standortfreigabe.



Meine *Geomarketing* Agenda für Sie

1 Geomarketing – überhaupt relevant?

2 Wie sich die Großen auf Geomarketing vorbereiten!

3 Die Ergebnisse unseres Geomarketing Projekts
Digitales Viertel Sülz / Klettenberg

3. Das Projekt Digitales Viertel Klettenberg / Sülz 8 Wochen Fronteinsatz im Veedel ... total analog!

Projektauftrag: Können **Location-based Ads** dem stationären Einzelhandel **neue „digitale“ Kundengruppen** zuführen – und können **Beacons** dabei positiv unterstützen?

Akquise von
85 Händlern



Starke Präsenz
im Viertel mit
Promotionaktionen



Nutzergewinnung
und Demo der Angebote



Unterstützung bei der
Nutzung und Installation
der App



Projektstart:
10. September 2016

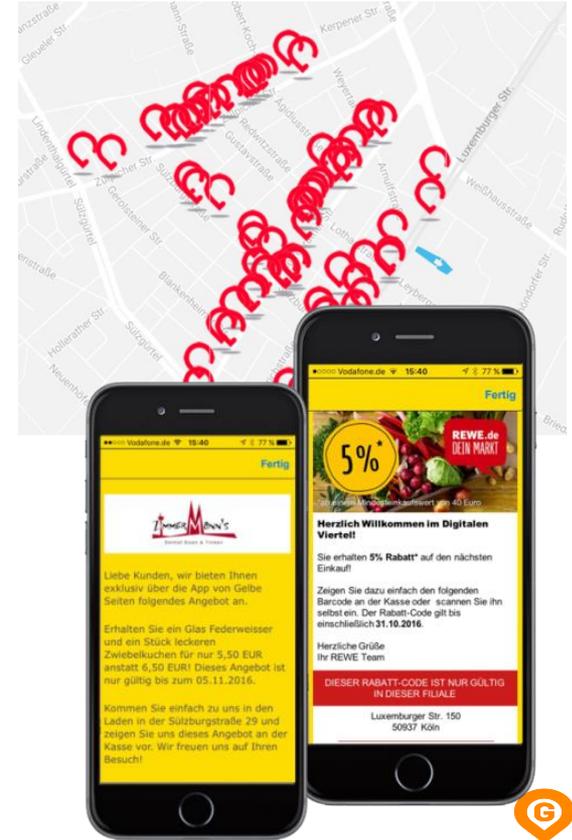
8 Wochen Laufzeit

Projektende:
5. November 2016



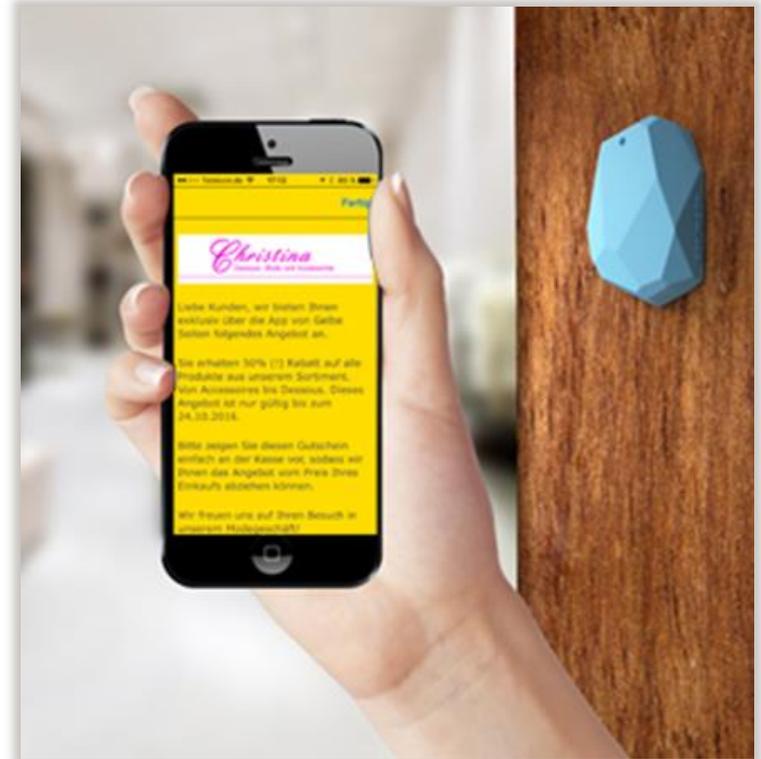
3. Das Projekt Digitales Viertel Klettenberg / Sülz Die „harten“ Ergebnisse – von analog auf digital

- **Projektzeitraum:**
10.09.2016 bis 05.11.2016 (**8 Wochen**)
- **Händler:**
85 Einzelhändler aus allen Branchen
(Mode/Fahrrad/Café/Optiker/Blumen/...)
- **Aktuelle Angebote im Projektzeitraum:**
134 Angebote
- **Ausgesendete Push Nachrichten:**
45.000 / 56 Tage (800 Nachrichten pro Tag)
- **Gelesene Push Nachrichten:**
5.500 / 56 Tage (CTR: 12% // 100 pro Tag)



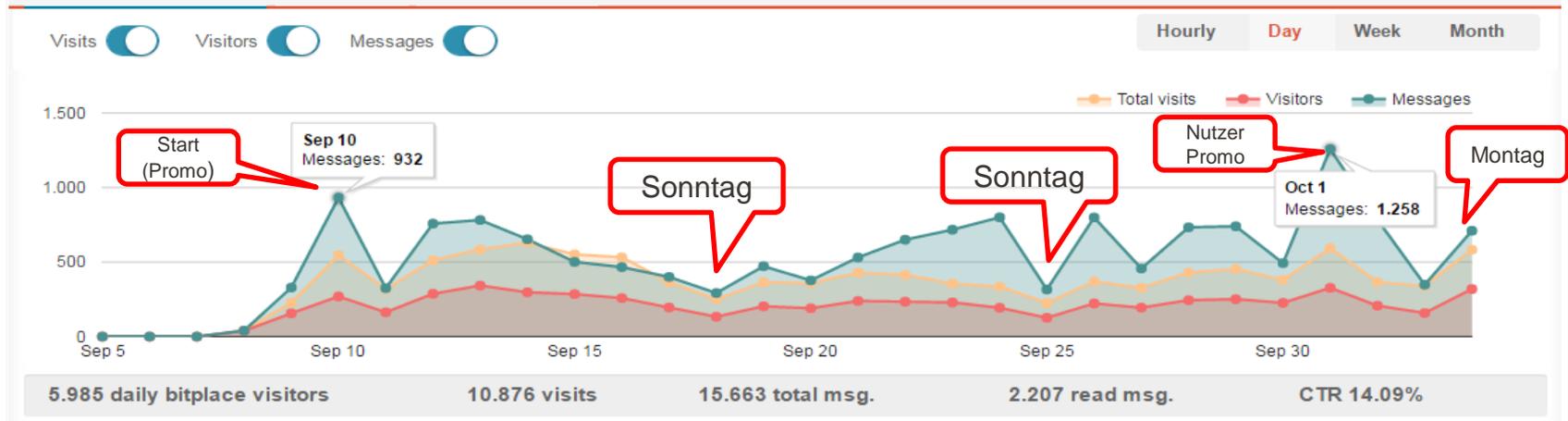
3. Das Projekt Digitales Viertel Klettenberg / Sülz *Und das konnten die Beacons messen ...*

- Testzeitraum:
19 Tage bei 67 Händlern
(leider nur 19 Tage – der Rest war Jugend forscht)
- Gemessene Ladenbesuche:
5.400 Besuche
- Ladenbesuche/Tag:
284 – bei 67 Händlern sind das somit: **>4 Besuche pro Händler/Tag**



3. Das Projekt Digitales Viertel Klettenberg / Sülz *Fieberkurven des Erfolgs ...*

Bis zu **1.000** ausgesendete Angebote pro Tag – bei nahezu konstant
500 Visits und **350 Unique Usern** pro Tag!



- > Hauptnutzung Montag – Samstag // Sonntag signifikanter Rückgang
- > Nutzergewinnung Peaks sind klar ablesbar
- > Montags ziehen Push-Nachrichten und Händlerbesuche sofort an



3. Das Projekt Digitales Viertel Klettenberg / Sülz *Das waren die besten Ergebnisse // Sort. CTR*

Branche	Message Content	Sent	Pushed	Read	Pushed & Read	CTR
Kleidung	Super Angebot! Bei "Christina Mode" gibt es 50% auf alles! Direkt hingehen.	361	316	82	77	22,71%
Friseur	Mein Angebot - Herrenhaarschnitt 15,00 Euro und Damenhaarschnitt 25,00 €	60	43	13	11	21,67%
Friseur	Bei SKB Haarstudio kostet Föhnen und Strähnen ziehen nur 25,- EUR. Schon neugierig?	48	41	10	10	20,83%
Sport	Wir räumen unser Lager! Bei "Muskelkater Sport Köln" gibt es jetzt nochmal 20% extra Rabatt auf Fahrräder.	131	106	26	25	19,85%
Computer	Ihr Apple Gerät ist defekt? Bei "MacTec" erhalten Sie 5% Rabatt auf alle Reparaturen und Aufrüstungen.	84	69	16	15	19,05%
Lebensmittel	Beim "Genuss Studio" jetzt Gutschein No3 einlösen - Auf alle Tees in unserem Sortiment 20% Rabatt.	76	67	14	14	18,42%
Kleidung	Aufgepasst. "Der kleine Schuhladen" bietet eine exklusive 20% Sommeraktion an. Reingehen und informieren.	362	299	64	59	17,68%
Kiosk	Lust auf einen Café Creme? Im Honey's Sweet Shop wartet er auf dich.	426	353	74	59	17,37%
Coffee	Bei "Café Rubi" gibt es jetzt 15% Rabatt auf Sommergetränke!	104	80	18	17	17,31%
Sport	Winterschnäppchen aus der Vorsaison zu Schnapper-Preisen, jetzt bei "Muskelkater Sport Köln".	58	40	10	8	17,24%
Lebensmittel	Begrenztes Angebot: Federweisser und Zwiebelkuchen für nur 5,50 EUR bei "Zimmermann's Delikatessen".	615	534	106	99	17,24%

Bei den **Nachrichten** mit der **höchsten CTR** lassen sich drei Auffälligkeiten feststellen, die zu **sehr guten Ergebnissen** führen:

1. **Hohe Rabatte** ab 15% (5x)
2. **Highlight Wörter** wie: „Schnäppchen“, „Rabatt“ oder „Angebot“ (5x)
3. **Zeitlich begrenzte** Angebote (5x)



3. Das Projekt Digitales Viertel Klettenberg / Sülz Das waren die hmm Ergebnisse // Sort. CTR

Branche	Message Content	Sent	Pushed	Read	Pushed & Read	CTR
Friseur	Wir von "La Maschera" suchen einen neuen Friseur oder eine neue Friseurin!	195	170	16	14	8,21%
Kleidung	Marine T-Shirts nur diese Woche für 10% Rabatt bei "Jeck Jewand" erhältlich!	171	146	14	10	8,19%
Computer	Sichert euch 10% Rabatt auf einen 1.FC Köln Lichtschalter - nur jetzt bei "Elektrotechnik Schildgen"!	76	63	6	6	7,89%
Einzelhandel	Wir von "Sewing Suzie's Nähschule" bieten 20% Rabatt auf tolle Jerseystoffe der aktuellen Kollektion.	283	216	22	17	7,77%
Friseur	Das "SKB Haarstudio" gibt allen Studenten Sonderrabatte! Herrenschnitt inkl. Styling 9,50€ und Damenschnitt 13 €!	116	97	9	9	7,76%
Massage	Bei "Sawanthai Massage" gibt es jetzt 10% auf eine 60 Minuten Aroma-Massage mit Duftöl.	72	62	5	5	6,94%
Caffee	Bei "Café Rubi" gibt es jetzt Kaffeespezialitäten zum Sonderpreis mit 15% Rabatt!	72	62	5	5	6,94%
Kleidung	Im "kleinen Schuhladen" gibt es tolle Rabatte auf Ara Stiefel!	130	91	8	7	6,15%
Kommunikation/Büro	Beim "Erfolgsbüro Dilly" erhalten Sie professionelle Unterstützung bei der Nutzung eines CRM Systems in ihrer Firma!	62	53	3	2	4,84%
Friseur	Günstige Herren- und Damenhaarschnitte bei "SKB Friseur" inkl. waschen, föhnen und gratis Artikel!	58	47	2	2	3,45%

Bei den **Nachrichten** mit dem **niedrigsten CTR** lassen sich drei Auffälligkeiten festhalten, die zu **mäßigen Ergebnissen** führen:

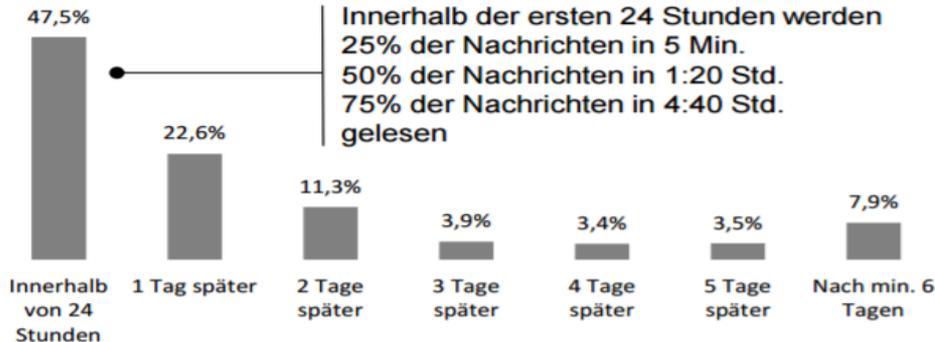
1. Reine **Unternehmensvorstellungen** (4x)
2. **Niedrige Rabatte** bis 10% (3x)
3. Angebote **ohne erkennbare Ersparnis** (3x)



3. Das Projekt Digitales Viertel Klettenberg / Sülz *Wann Nachrichten gelesen werden ...*

70% der Nachrichten wurden innerhalb von 48 Stunden gelesen

Anteil gelesene Nachrichten nach Differenz zwischen Sendung und Öffnung



Top 3: Die am schnellsten gelesenen Nachrichten

Inhalt	Min.	Median	n
Erhalten Sie 5% Rabatt auf den nächsten Einkauf in Ihrer REWE Filiale - Berrenrather Str. 270	00:00:05	00:02:29	24
Günstige Herren- und Damenhaarschnitte bei "SKB Friseure" inkl. waschen, föhnen und gratis Artikel!	00:00:39	00:18:36	13
Schnell sein! Lust auf einen gratis Kaffee? Dann kommen Sie ins "Kiosk em Veedel"	00:00:05	00:26:14	28

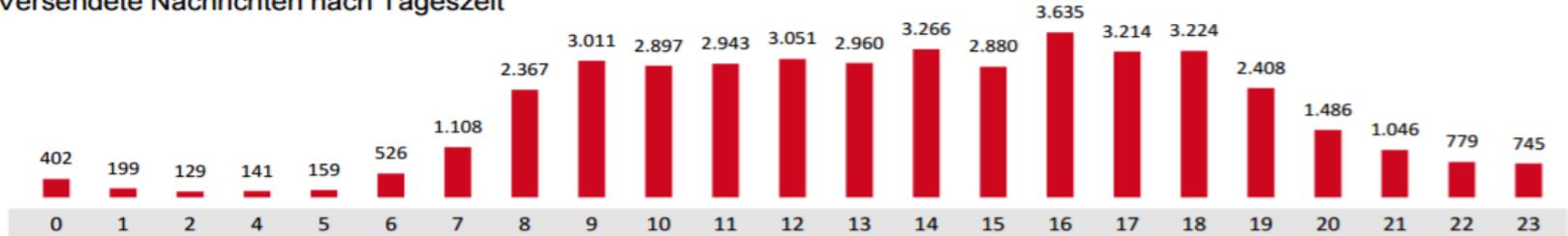
n = 5.151, Basis: geöffnete Nachrichten, 10.09.2016 bis 05.11.2016



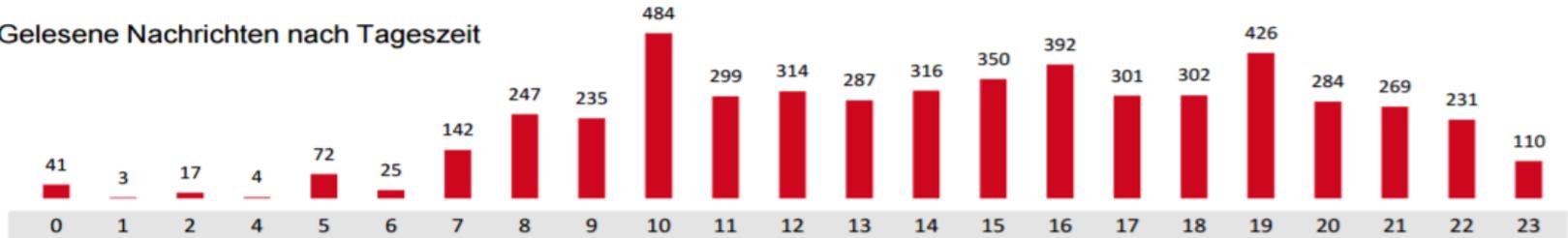
2. Das Projekt Digitales Viertel Klettenberg / Sülz *Wann Nachrichten gelesen werden ...*

Viele Nachrichten werden zwischen 10 und 11 Uhr gelesen

Versendete Nachrichten nach Tageszeit



Gelesene Nachrichten nach Tageszeit

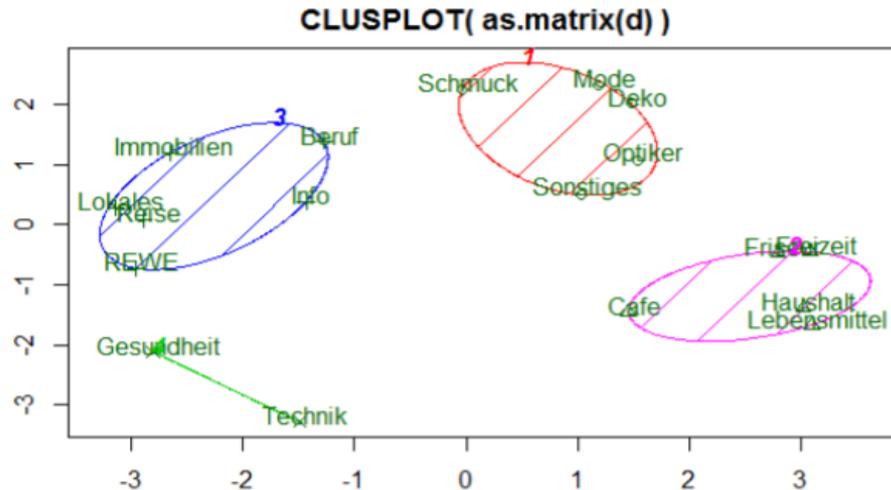


Durchschnitt über alle Tage des Projektes, 10.09.2016 bis 05.11.2016



2. Das Projekt Digitales Viertel Klettenberg / Sülz *So ein eigenes BigData macht schon Spaß ...*

Segmentierung der Nachrichten nach Inhalt zeigt Möglichkeiten für optimierte Kundenansprache auf



Kategorie	Anzahl gesendete Nachrichten	Anzahl gelesene Nachrichten	CTR
Gesundheit	793	111	14,0%
Reise	468	62	13,2%
Technik	2.311	305	13,2%
Cafe	2.584	339	13,1%
Lebensmittel	5.382	704	13,1%
Beruf	1.080	140	13,0%
Info	1.148	147	12,8%
Deko	2.446	308	12,6%
Haushalt	4.246	527	12,4%
Immobilien	468	58	12,4%
REWE	829	100	12,1%
Mode	2.017	241	11,9%
Sonstiges	2.393	273	11,4%
Freizeit	5.990	677	11,3%
Schmuck	1.751	196	11,2%
Optiker	2.541	282	11,1%
Friseur	5.598	604	10,8%
Lokales	730	77	10,5%

3. Wie Nutzer über das Digitale Viertel denken *Waren Angebote und das Silbertablett passend?*



53%

der Befragten
waren weiblich



47%

der Befragten
waren männlich

72%

wollen die App von Gelbe Seiten wei-
terhin für lokale Angebote nutzen

58%

nutzen bereits aktiv Apps
mit Ortungsfunktion

„Wie schätzen Sie die Anzahl der Nachrichten ein, die Sie bekommen haben?“

viel zu viele
4%

etwas zu viele:
23%

genau richtig:
68%

etwas zu wenige:
2%

viel zu wenige:
4%

3. Wie Nutzer über das Digitale Viertel denken *Und was sagen die Händler?*

Urteile der Händler über die App aus der Befragung

Insgesamt bin ich mit der App zufrieden	47%	Neue Zielgruppen angesprochen	32%
Würde die App weiterempfehlen	54%	Das Angebot / Sortiment sichtbarer gemacht	27%
Mehr Kunden in das Geschäft gebracht	8%	Den Dialog mit anderen Händlern im Viertel gefördert	15%
Den Umsatz gesteigert	12%	Schnellen Kundenkontakt ermöglicht (z.B. durch Push-Nachrichten an das Smartphone)	17%

Ergebnisse der Händlerbefragung, n= 17 - 28, Abgebildete % Werte sind Top Boxes („sehr/trifft völlig zu/auf jeden fall“, „eher/trifft überwiegend zu/eher ja“)



3. Das Projekt Digitales Viertel Klettenberg / Sülz *Key-Learnings Händler*

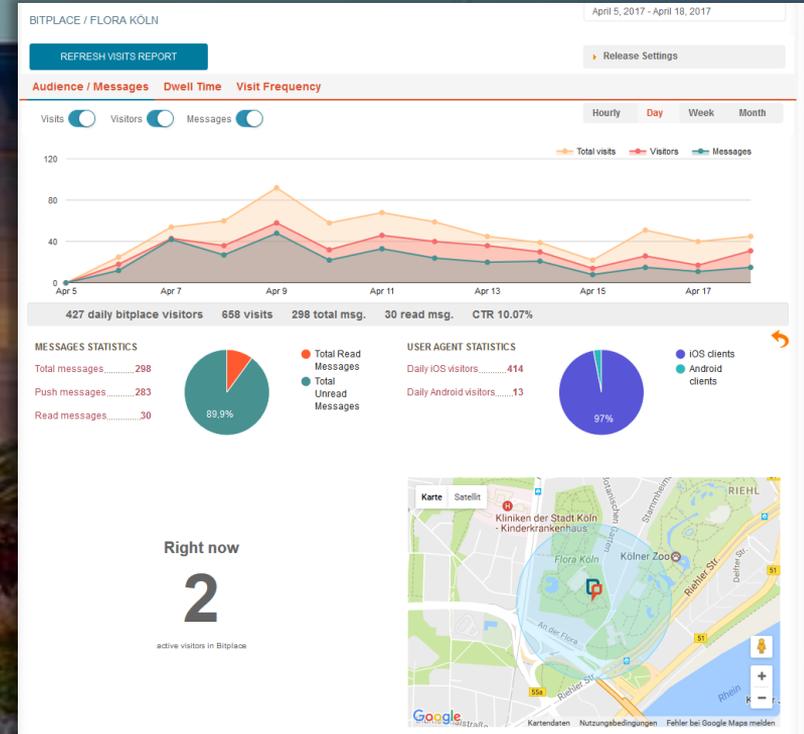
1. **Händler** erkennen alle die **Notwendigkeit** zur **Digitalisierung**, scheitern aber oftmals an der Komplexität des „**Wie?**“
(Nur 65% haben Website // 70% Responsive // nur 43% Google MyBusiness Profil!)
2. **Geomarketing** über **Location-based Ads** wird als extrem **einfache** und **wirksame Möglichkeit** zur **hyperlokalen Nutzeransprache** bewertet
(85 Händler & 45.000 Messages)
3. **Location-based Ads** erzielen bei Händlern durchweg **höhere CTR (>12%)** und **Conversion** als andere digitalen Werbeprodukte!
4. **Anzeigengestaltung** hat **maßgeblichen Einfluss** für den **Erfolg** des Angebots und den Instore-Besuchs!
(Gut: Signalwörter & Konkrete Vorteile // Schlecht: fehlender Anreiz & generischer Text)
5. **Beacons** sind die **perfekte Ergänzung** zu **Location-based Ads**, um die **Nachweisbarkeit** zum Instore-Besuch zu erbringen



3. Und übrigens ... Ein paar Fakten zu Geofencing um die Flora zum Schluss ;-))

>> 283 Nachrichten in 13 Tagen
gepushed (21 Nachrichten pro Tag)
>> 30 Nachrichten in 13 Tagen
gelesen (2.3 Nachrichten pro Tag)

++ Stadtinformation für Sie ++
Die Flora Köln mit dem botanischen Garten blickt auf lange Tradition zurück und ist auch heute noch ein beliebtes Ausflugsziel für Familien mit Kindern oder wenn man eine besondere Location für eine Veranstaltung sucht.
Seit über 150 Jahren existiert die Flora Köln nun schon. Während des 2. Weltkrieges wurde die Flora so stark zerstört, dass man direkt eine moderne Struktur für den ...



Vielen Dank

Patrick Hünemohr
Geschäftsführer der GREVEN Mediengruppe, Köln
Folgen Sie mir gerne bei:

 twitter.com/huenemohr
 [\[BLOG\] huenemohr.de](https://www.blog.huenemohr.de)
 facebook.com/huenemohr