



USE CASE Finanzdienstleister

SO ARBEITEN WIR



Sammeln

Wir sammeln Daten über unsere hauseigenen First-Party-Data Lösungen, ...



Aggregieren

... wir bauen aus den gesammelten Daten hochpräzise Zielgruppen ...



Aktivieren

... und aktivieren diese für Performance Kampagnen.

FIRST-PARTY-DATA



MOBILE DATEN



CRM



E-MAIL-ADRESSEN



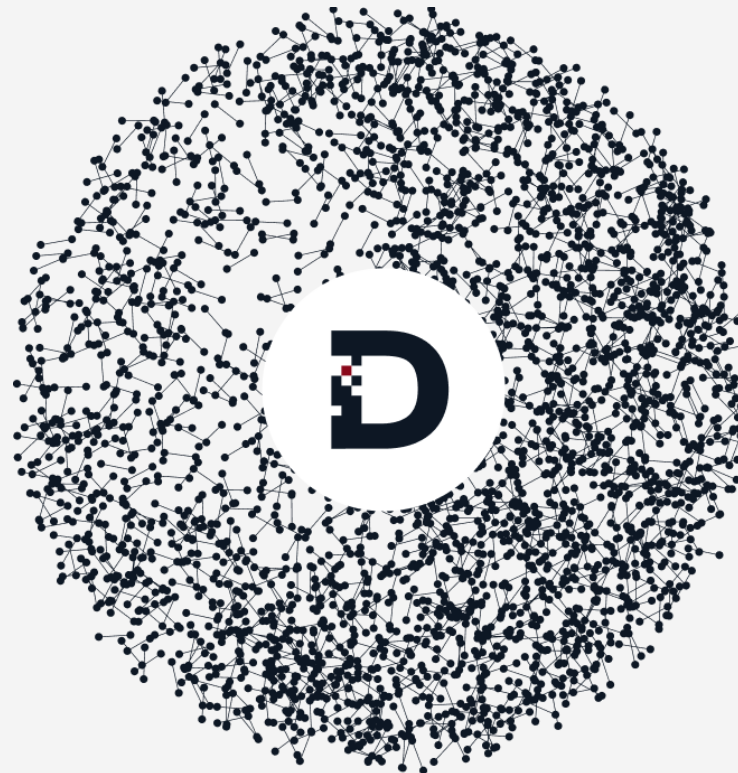
PHYSISCHE KONKURRENZ KÄUFER



HAUSHALTS-DATENBANKEN



GEOLOCATION



DISPLAY ADS



E-MAIL



NATIVE ADS



VIDEO ADS

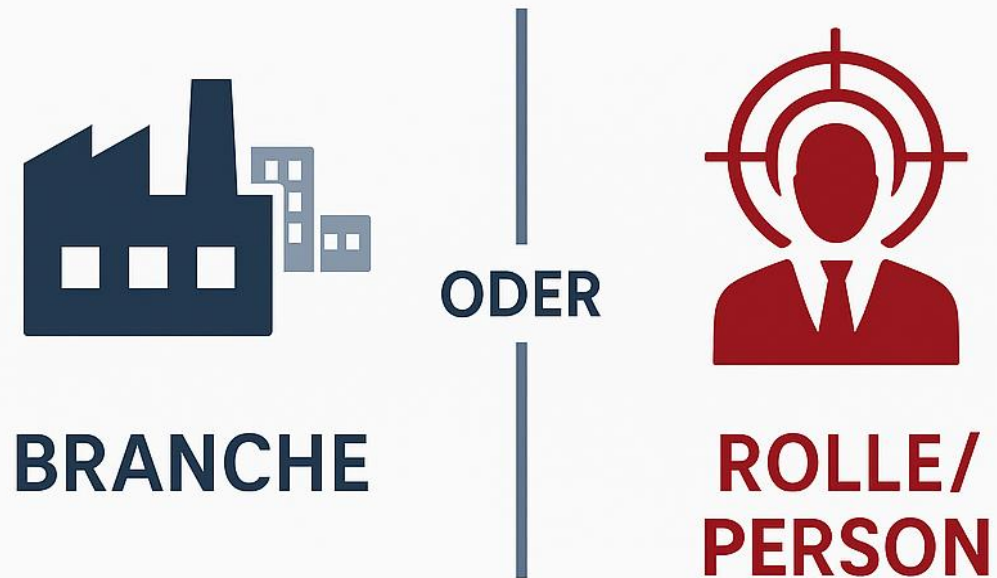


DOMICOM - B2B

B2B Lösungen mit
Performance Garantien



B2B – Zwei Schlüssel zum Erfolg



B2B Zwei Herausforderungen zum Erfolg

In den allermeisten Briefings ist schnell klar: Die Zielsetzung unserer Kunden dreht sich fast immer um eine dieser beiden Herausforderungen – und manchmal auch um die perfekte Kombination daraus.

BRANCHE

Es sollen gezielt ganze Branchen angesprochen werden.

Beispiele:

- Hotellerie bei Kreditkarten
- Handwerker bei Werkzeugherstellern
- Branchen bei Institutionen (bspw. WKO)
- ...

Die Herausforderung liegt hier klar in der Abgrenzung. Es ist nicht primär entscheidend, welche PERSON im Unternehmen angespielt wird, sondern viel mehr, dass sichergestellt ist, dass die Personen in der richtigen BRANCHE gezielt adressiert werden.

POSITION

Es zählt die richtigen Rollen & Positionen zu erreichen.

Beispiele:

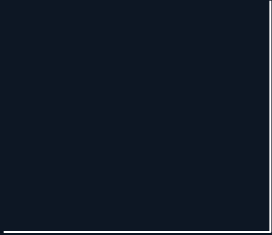
- Fuhrparkmanager:innen bei Automobil
- CEOs bei Finanzdienstleistungen
- IT Entscheider:innen bei Techanbietern
- ...

Die Herausforderung liegt hier klar in der Identifizierung. Es gilt, die einzelnen Personengruppen bestmöglich zu identifizieren und damit adressierbar zu machen. Es müssen also die richtigen PERSONEN gefunden werden.

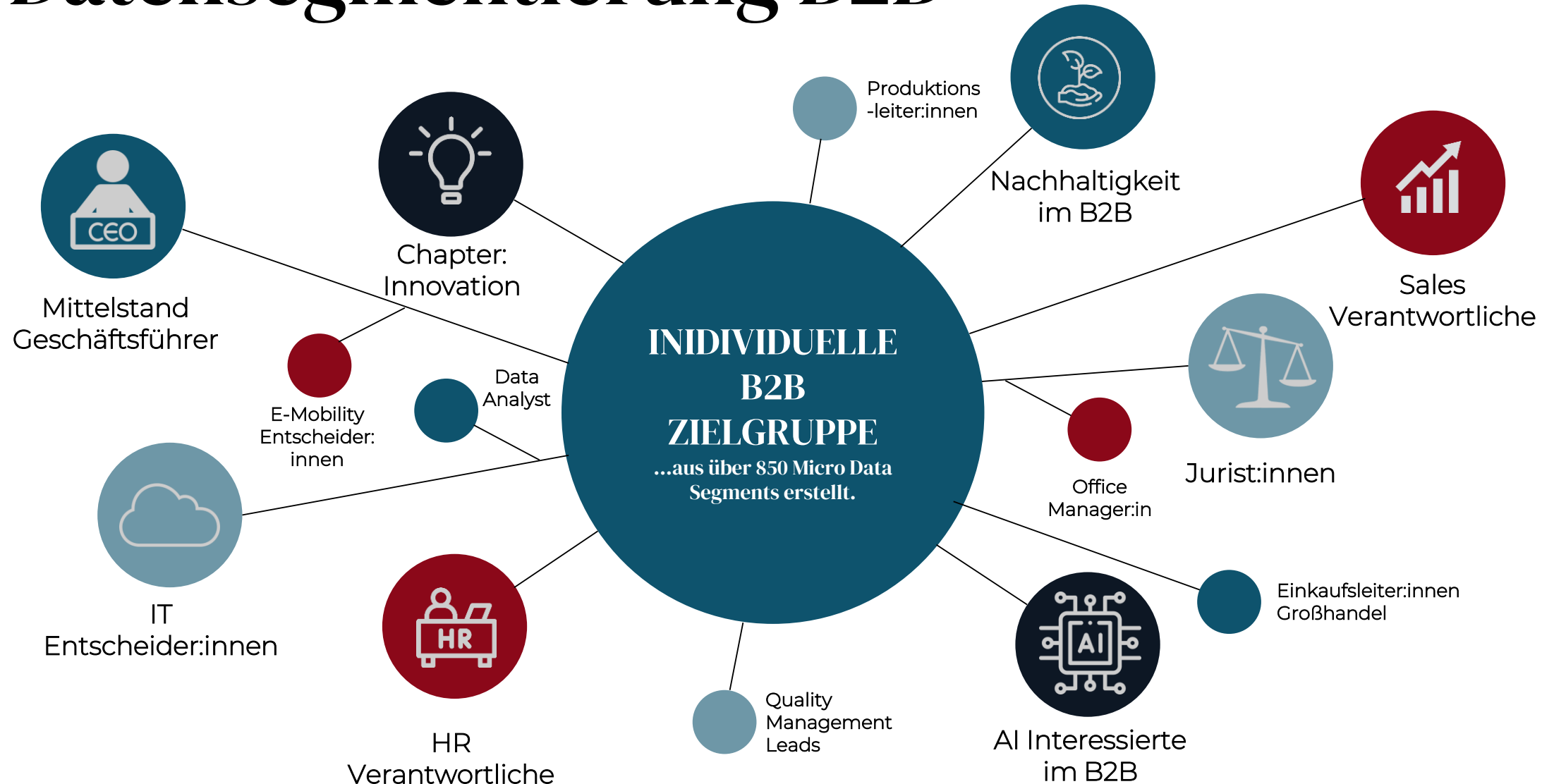


Wir kombinieren gezielt Branchen- und Rollenfokus mit feinsten Microsegmenten und aktivieren diese über die passenden Kanäle.

Durch unsere Datenpartnerschaften ermöglichen wir individuelle, treffsichere (B2B) Kampagnen zu besonders attraktiven Konditionen – mit besten Ergebnissen



Datensegmentierung B2B



DOMICOM - B2C

Wir bedienen uns einer sehr ähnlichen bis fast gleichen Logik um gegebenenfalls auch B2C Segmente zu bedienen.

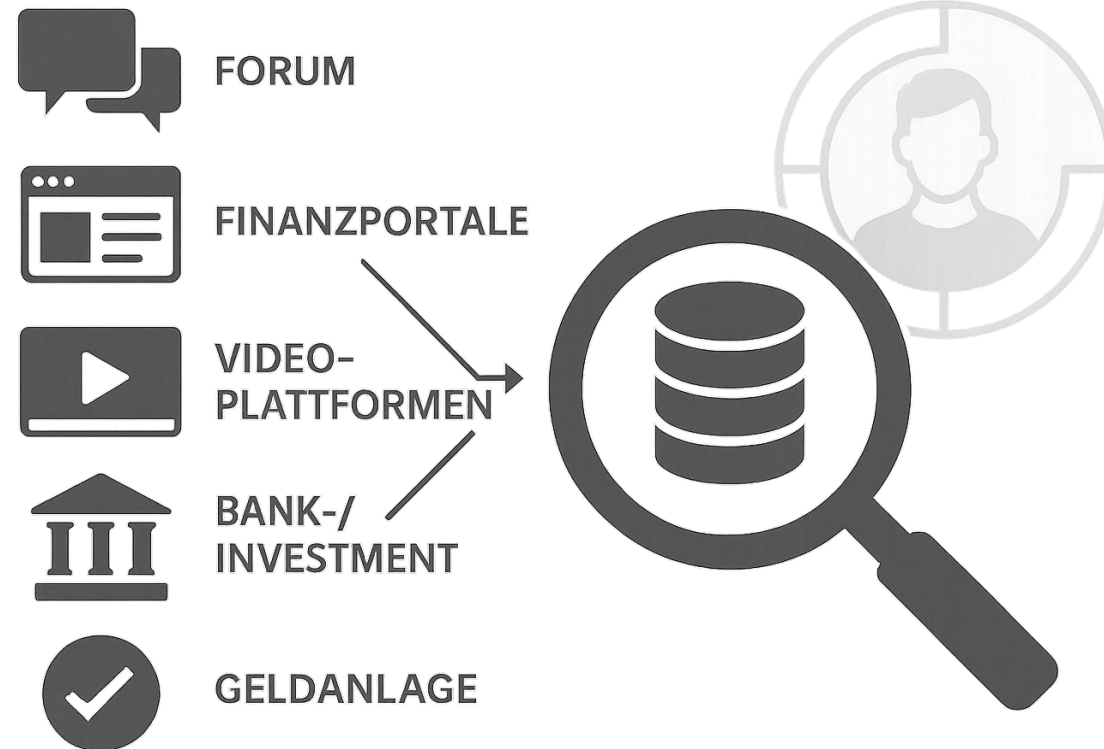


ZIELGRUPPENIDENTIFIZIERUNG

Wir identifizieren Zielgruppen präzise durch die Analyse vielfältiger Datenquellen – von themenspezifischen Foren und Finanzportalen über Video- und Content-Plattformen bis hin zu Bank- und Investmentinteressen.

Durch die Segmentierung in hochrelevante Mikrozielgruppen – etwa zu Altersvorsorge, Fondssparen, Geldanlage oder Pensionsvorsorge – testen wir systematisch deren Performance im Kampagnenkontext.

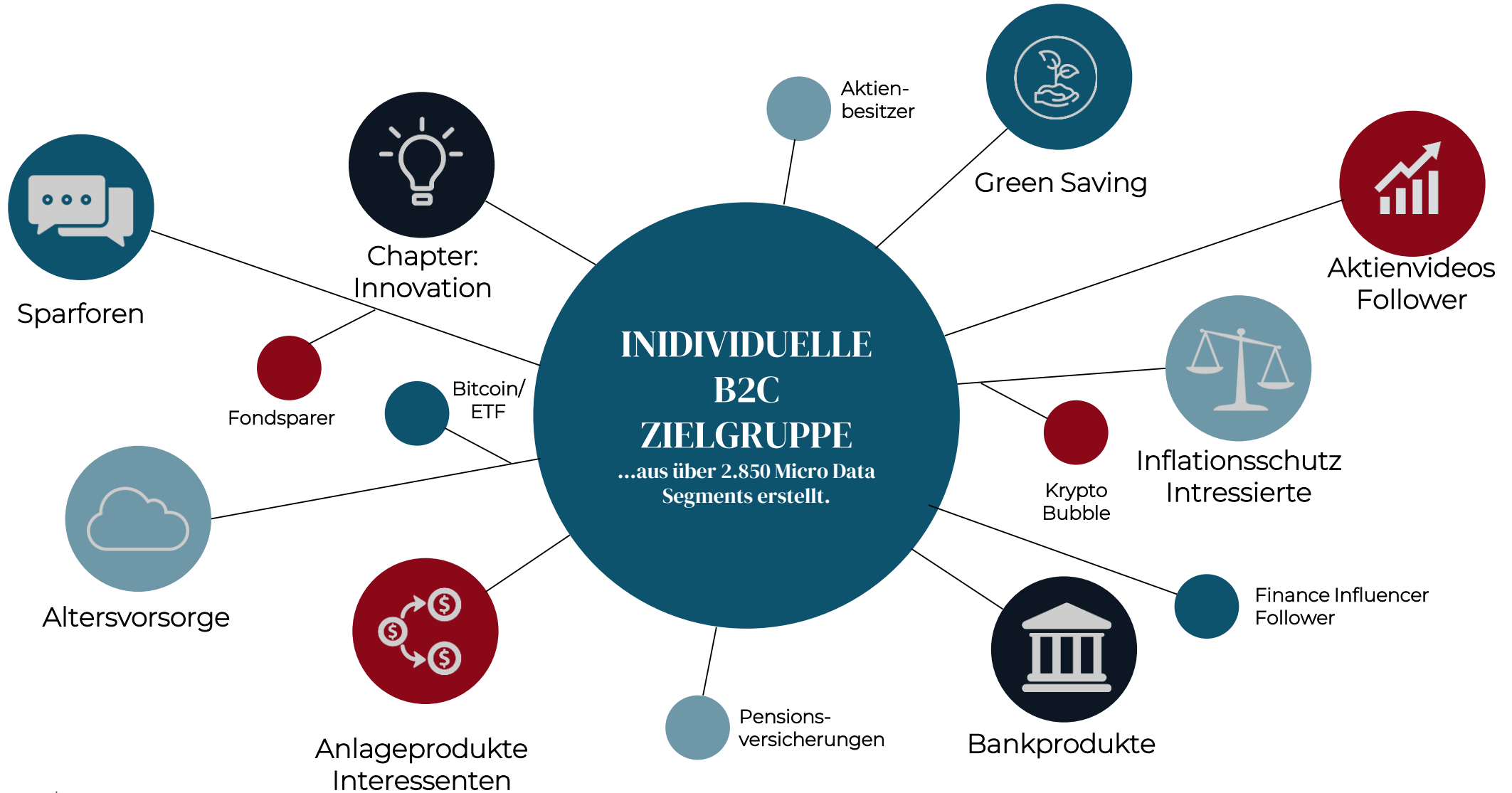
So entwickeln wir datenbasiert die optimale Zielgruppenstrategie und maximieren Effizienz sowie Relevanz in der Ansprache.



Datensegmentierung B2C



DATENSEGMENTIERUNG FINANZDIENSTLEISTER



WIE WIR OPTIMIEREN

Durch die große Datenmenge und Segmentvariabilität sind wir in der Lage maximale Flexibilität und Performance Orientierung aus jeder B2B Kampagne rauszuholen. Wir analysieren jedes Segment und jeden ÖNACE Code einzeln alle 7 Tage und variieren – schlecht performende Segmente werden durch neue ersetzt und getestet. Nach 2-3 Zyklen (je nach Laufzeit) wird Budget auf die best performer geschiftet. Das passiert PRO KANAL.

	Segment 1	Segment 2	Segment 3	Segment 4	Segment 5	Segment 6	Segment 7	ÖNACE 1	ÖNACE 2	ÖNACE 3	ÖNACE 4	ÖNACE 5
DISPLAY	+	--	+++	~	++	-	---	--	-	+	~	+
NATIVE	++	-	+++	+	-	-	~	-	++	++	++	+++
E-MAIL	-	++	~	++	--	--	~					









USE CASE – BANK B2B Zielgruppen

Wir haben uns in einem offenen Duell mit unserer Segmentierung gegen „klassisches“ programmatic Targeting vergleichen lassen.

KPI	3rd Party Segmente DV360	DOMICOM Micro Segments
CTR	0,22 %	0,36%
CPC	2,72 €	1,89 €
Qualified Visits	-	+52,7%
Cost per Visit	-	-33,8%