



BigPlan

smart OOH planning

I reklamu v metru můžete přesně měřit.

MetroZoom do metra přináší reálná data, která můžete využít pro chytré a přesné plánování, cílení a měření vašich kampaní. Díky našemu nástroji BigPlan můžete tak i v metru sestavovat neefektivnější kampaně přesně zaměřené na vaši cílovou skupinu a získat přehled o mediálním výkonu vaší komunikace, stejně jako u TV nebo online reklamy:

O₂

BigPlan využívá **big data** z chování, pohybu a zájmů uživatelů sítě O2 na základě souhlasu se zpracováním osobních údajů pro obchodní účely.



Tito uživatelé generují obrovské množství dat o své poloze, **mobilitě na komunikaci, aktivitě na internetu, při nákupu v e-shopech, při sledování TV** nebo při **běžné komunikaci se svým operátorem.**



Tato **anonymizovaná a agregovaná data** – přepočtena na celou populaci 8+ (9 585 960 osob) – jsou se souhlasem uživatelů využitelná marketingově pro **přesné cílení na konkrétní zákazníky = cílové skupiny.**



Pohyb SIM karet kolem našich ploch během dne za prací, nákupy, sportem a zábavou, nám poskytuje přesnou **znalost zásahu každého našeho nosiče** právě pro jednotlivé cílové skupiny,



na které poté **můžeme přesně plánovat kampaně v metru** a poskytnout vám standardní mediální ukazatele, na něž jste zvyklí u ostatních mediatypů (**Reach, Imprese, Frekvence, GRP, TRP, CPT**).

Zasáhnete přesně vaši cílovou skupinu podle pohlaví, věku, zájmů, lokality a socioekonomické skupiny:

Pohlaví	Věk	Zájem	Lokalita	Socioekonomické skupiny
muži	8+	auto & moto	Praha	A + B
ženy	18+	bydlení, domácnost, zahrada	Praha + Středočeský kraj	C
	18–24	cestování, kultura		D + E
	25–39	finance		
	40–49	foodies		
	50–59	kariéra, vzdělávání, zdraví		
	> 60	nákupy, móda		
		rodiny s dětmi		
		sport, hry		
		telekomunikace		
		pets		
		drobní podnikatelé		

Mediální hodnoty:

Získejte přehled o výkonu vaší kampaně:

REACH

Celkový počet unikátních kontaktů s kampaní
Zásah cílové skupiny

IMPRES

Celkový počet všech kontaktů s kampaní

FREKVENCE

Kolikrát průměrně jsou reklamní kampaně zasaženy osoby v cílové skupině

TRP

(Target Rating Point) – Celkový počet kontaktů s kampaní v % v konkrétní cílové skupině (jednotlivec může být započítán vícekrát)

CPT

(Cost Per Thousand) – Cena za tisíc oslovených kontaktů (v Kč)

Plánujte své kampaně chytře:

Plánování kampaní pomocí nástroje BigPlan spočívá ve schopnosti algoritmu porovnat miliardy možných kombinací CLV a digitálních CLV a vyhledat takovou, která dodá maximální možný výkon vaší kampaně. BigPlan hledá takovou kombinaci, která zajistí co nejvyšší počet unikátních zásahů požadované cílové skupiny:



Plánovat a vyhodnocovat můžete zdarma od pěti libovolných citylight ploch, včetně digitálních



Vámi preferované plochy BigPlan umí doplnit tak, aby daná kombinace vždy generovala maximální zásah vaší cílové skupiny



Plánovat můžete na požadované množství nosičů (maximální reach), na požadovaný zásah (fixní reach) nebo požadovaný rozpočet (budget reach)



Plánování můžete optimalizovat nejen na Reach 1+, tedy co největší počet unikátních zásahů, ale i na Reach 3+, 5+ a 8+ (např. co největší počet zásahů s frekvencí minimálně 3. Do hodnot se tak započítají jen ty osoby, které vaši kampaně viděly minimálně 3x)



Získáte přehled o mediálním výkonu vaší kampaně, stejně jako u TV nebo online komunikace