

Wir helfen aus der Wüste!

... die Total-Genial-Prospekte



WENZEL &
WAGNER
WERBUNG
GmbH



ProspektKomplett®

... die Total-Genial-Prospekte



ProspektKomplett®

... die Total-Genial-Prospekte



WENZEL &
WAGNER
WERBUNG
GmbH

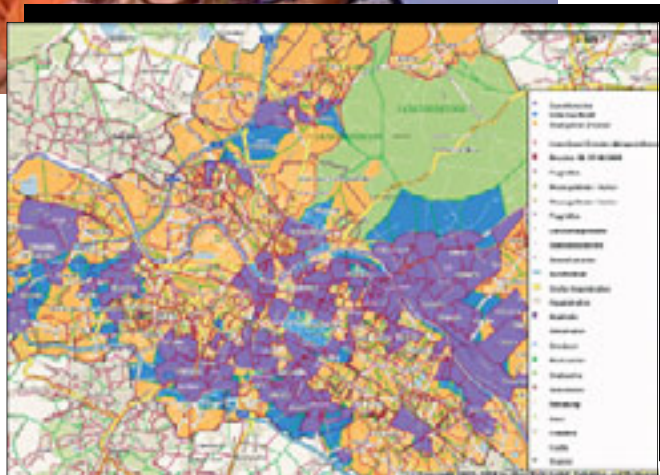
Damit Ihnen das nicht passiert...

... Analysen, Werbegebiets-
planung, Haushaltsverteilung
und Beilagenstreuung von

ProspektKomplett®



Geomarketing – Ein starkes Werkzeug für Ihr Marketing



- Zielgruppenanalysen auf der Grundlage bereits vorliegender Adressen
- Analysen bisheriger Werbegebiete
- Werbegebietsplanung nach vorgegebenen oder ermittelten Kriterien
- Hilfen für die inhaltliche und organisatorische Planung von Marketingmaßnahmen
- Auswertungen – qualitative und quantitative Messung des Werbeerfolges

Der Planungskreislauf



ProspektKomplett®

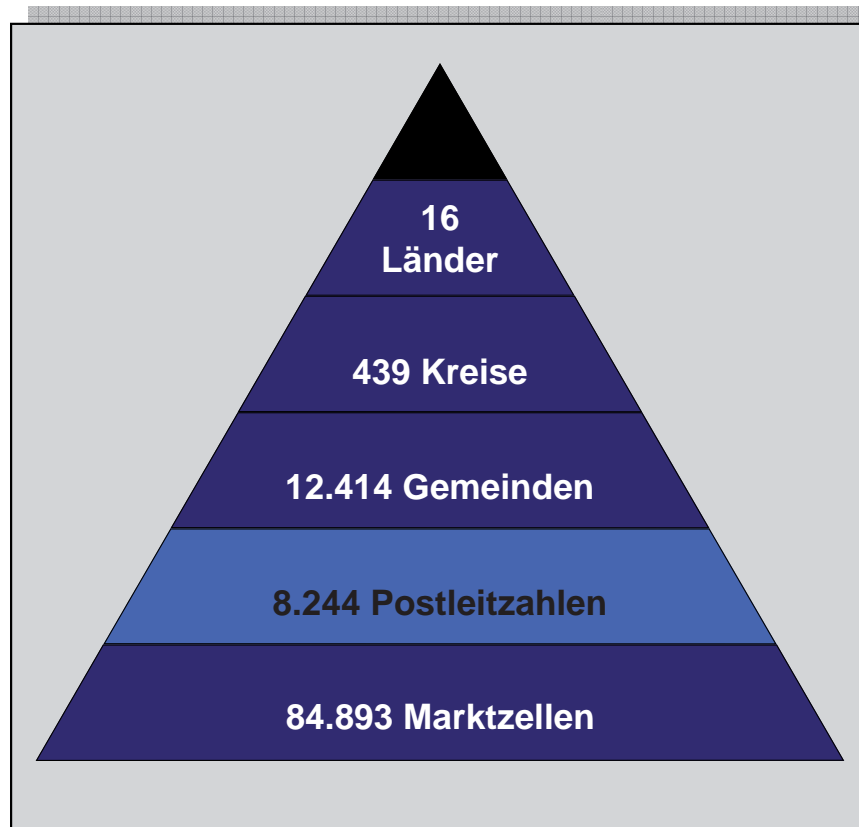


WENZEL &
WAGNER
WERBUNG
GmbH

... die Total-Genial-Prospekte



Deutschlandweite Marktdaten für Analysen und Planungen



- Analysen und Planungen auf PLZ- und Marktzellenebene
- Marktzellen sind um das 10,3-fache genauer als Postleitzahlen.**
- Marktzellen umfassen durchschnittlich 450 Haushalte.
- Mehr als 5,4 Millionen Einzeldaten stehen in der ProspektKomplett-Datenbank zur Verfügung.
- Analysen und Planungen sind nach mehr als 1.000 Kriterien möglich.
- Jedes Ergebnis kann tabellarisch und kartografisch dargestellt werden.

Die Selektion



ProspektKomplett®



WENZEL &
WAGNER
WERBUNG
GmbH

... die Total-Genial-Prospekte

Die Standardkriterien für Analysen und Planungen

Kriterium	Typ	Beschreibung
Einwohner	Anzahl	Anzahl der Einwohner
Haushalte	Anzahl	Anzahl der Privathaushalte
Haushaltsgröße	Mittelwert	Durchschnittliche Anzahl an Personen pro Privathaushalt
Single-Haushalte	Index	Index der Privathaushalte mit einer Person
Mehrpersonen-Haushalte	Index	Index der Privathaushalte mit mindestens zwei Personen
Kinder (unter 15 Jahre)	Index	Index der Kinder unter 15 Jahre
Ausländer	Index	Index der Ausländer
Einwohner unter 30 Jahre	Index	Index der Einwohner unter 30 Jahre
Einwohner 30 bis 39 Jahre	Index	Index der Einwohner von 30 bis 39 Jahre
Einwohner 40 bis 49 Jahre	Index	Index der Einwohner von 40 bis 49 Jahre
Einwohner 50 bis 59 Jahre	Index	Index der Einwohner von 50 bis 59 Jahre
Einwohner 60 Jahre und älter	Index	Index der Einwohner ab 60 Jahre
Status (Bildungs- u. Einkommensindikator) hoch	Index	Index der Privathaushalte mit hohem Status2
Status (Bildungs- u. Einkommensindikator) überdurchschnittlich	Index	Index der Privathaushalte mit überdurchschnittlichem Status3
Status (Bildungs- u. Einkommensindikator) durchschnittlich	Index	Index der Privathaushalte mit durchschnittlichem Status4
Status (Bildungs- u. Einkommensindikator) unterdurchschnittlich	Index	Index der Privathaushalte mit unterdurchschnittlichem Status5
Status (Bildungs- u. Einkommensindikator) niedrig	Index	Index der Privathaushalte mit niedrigem Status6
Gebäude	Anzahl	Anzahl der Gebäude
reine Wohngebäude	Anzahl	Anzahl der Gebäude mit ausschließlich Privathaushalten
reine Wohngebäude	Anteil	Prozentualer Anteil der Gebäude mit ausschließlich Privathaushalten an allen Gebäuden
Gebäude mit Mischnutzung	Anzahl	Anzahl der Gebäude mit Privat- und Gewerbehaushalten
Gebäude mit Mischnutzung	Anteil	Prozentualer Anteil der Gebäude mit Privat- und Gewerbehaushalten an allen Gebäuden
reine Gewerbegebäude	Anzahl	Anzahl der Gebäude mit ausschließlich Gewerbehaushalten
reine Gewerbegebäude	Anteil	Prozentualer Anteil der Gebäude mit ausschließlich Gewerbehaushalten an allen Gebäuden
Haushalte in 1- bis 2-Familienhäusern	Index	Index der Privathaushalte in 1- bis 2-Familienhäusern
Haushalte in 3- bis 6-Familienhäusern	Index	Index der Privathaushalte in 3- bis 6-Familienhäusern
Haushalte in 7- bis 19-Familienhäusern	Index	Index der Privathaushalte in 7- bis 19-Familienhäusern
Haushalte in 20 und mehr Familienhäusern	Index	Index der Privathaushalte in 20 und mehr Familienhäusern
KFZ	Anzahl	Anzahl der KFZ
KFZ Dichte	Anteil	Anteil der KFZ pro Haushalt

Die Umsetzung



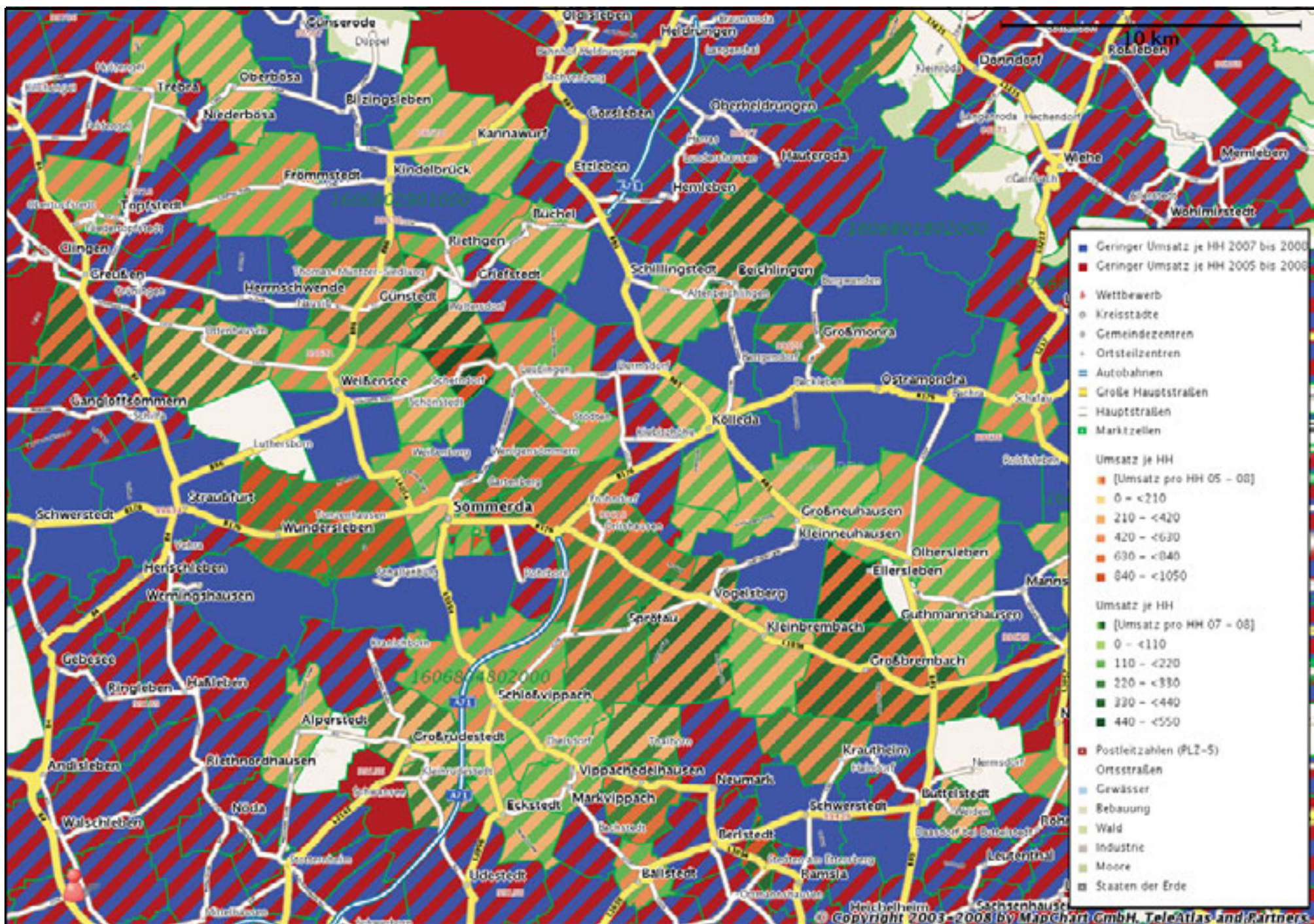
ProspektKomplett®

... die Total-Genial-Prospekte

Werbegebiets- und Zielgruppenanalyse – die Zielgruppe wird sichtbar

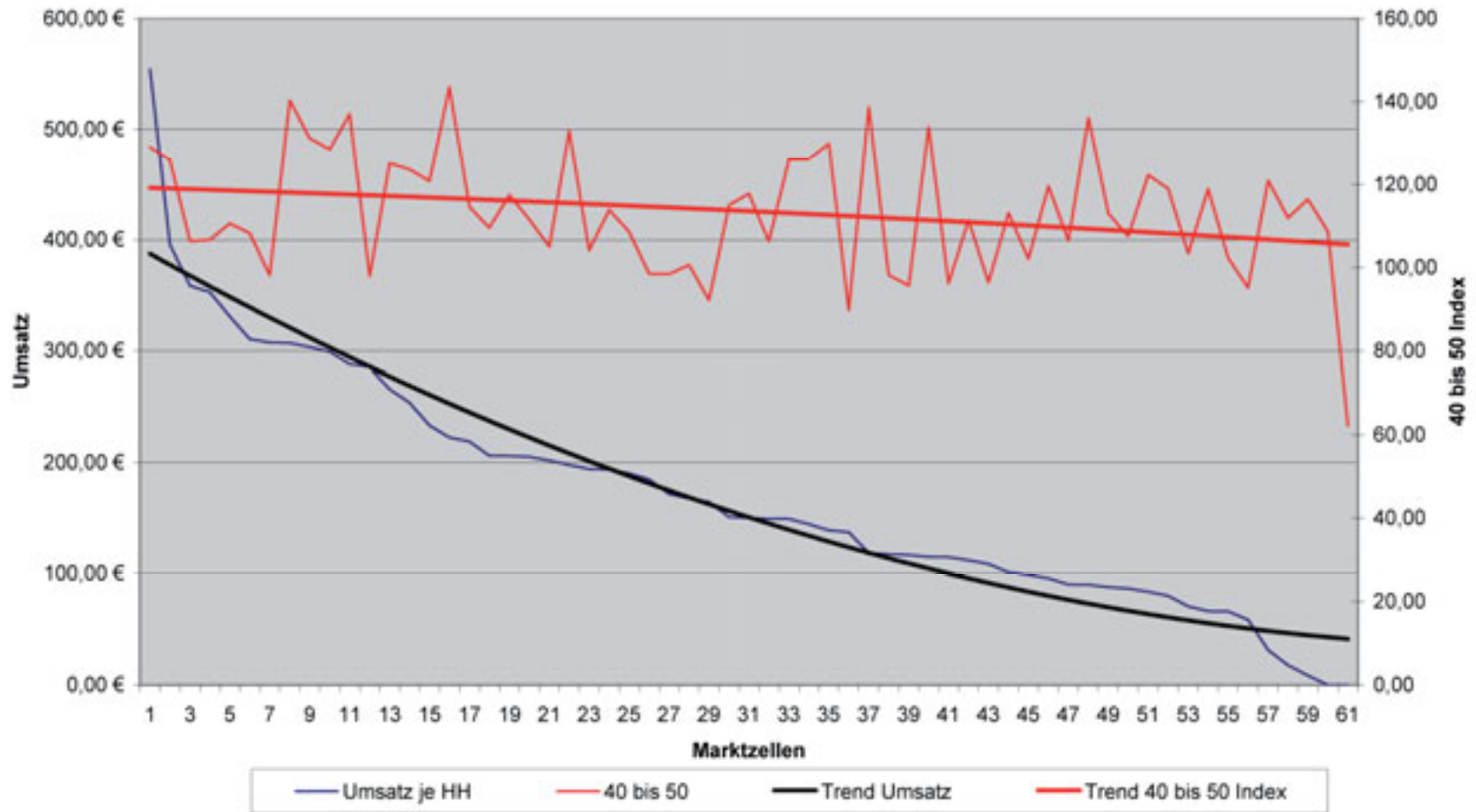


- Verarbeitung konkreter Daten, z.B. Kundenadressen, Umsatz je Region, Umsatz je Adresse oder Kundenfrequenz mittels Geocodierung
- Analyse der bisherigen Verteilgebiete durch Anreicherung von Marktinformationen sowie durch „Verschneiden“ mit den aufbereiteten Daten
- Visualisierung der Analyseergebnisse
- Erstellung eines Kunden- und Gebietsprofils für die weitere Werbegebietsplanung



Werbegebietsanalyse

Zielgruppen- und Marktanalyse



2007 bis 2008

Weimar, den 19.08.2008

Die Werbegebieteplanung



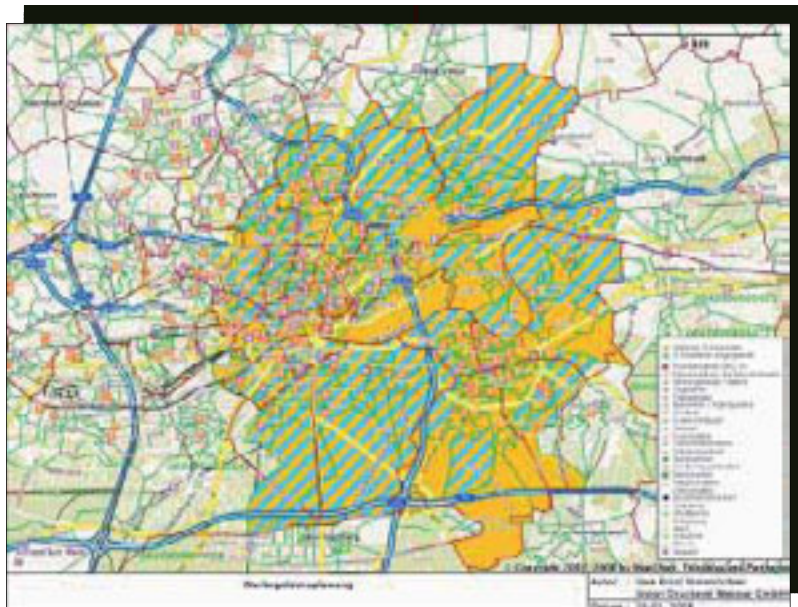
ProspektKomplett®

... die Total-Genial-Prospekte

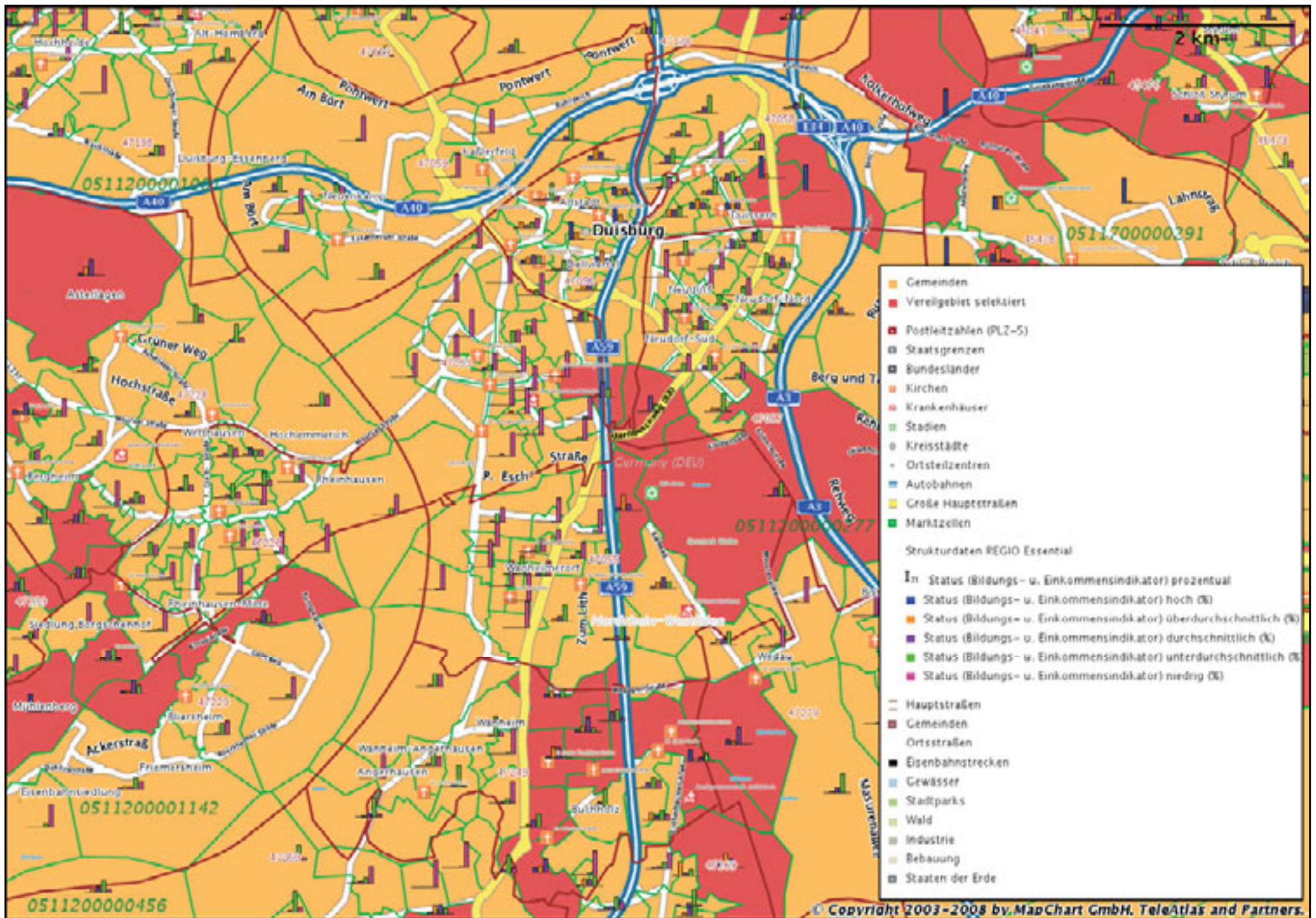


WENZEL &
WAGNER
WERBUNG
GmbH

**Weniger Streuverlust, weniger Auflage,
weniger Kosten**



- Festlegung der Verteilgebiete auf der Grundlage der erstellten Profile.
- Berücksichtigung von zusätzlichen Selektionskriterien entsprechend der Vorgabe des Werbekunden
- Visualisierung des Verteilgebietes durch kartografische Darstellung
- Ausgabe der Gebietsauswahl in Tabellenform mit allen ausgewählten Kriterien.

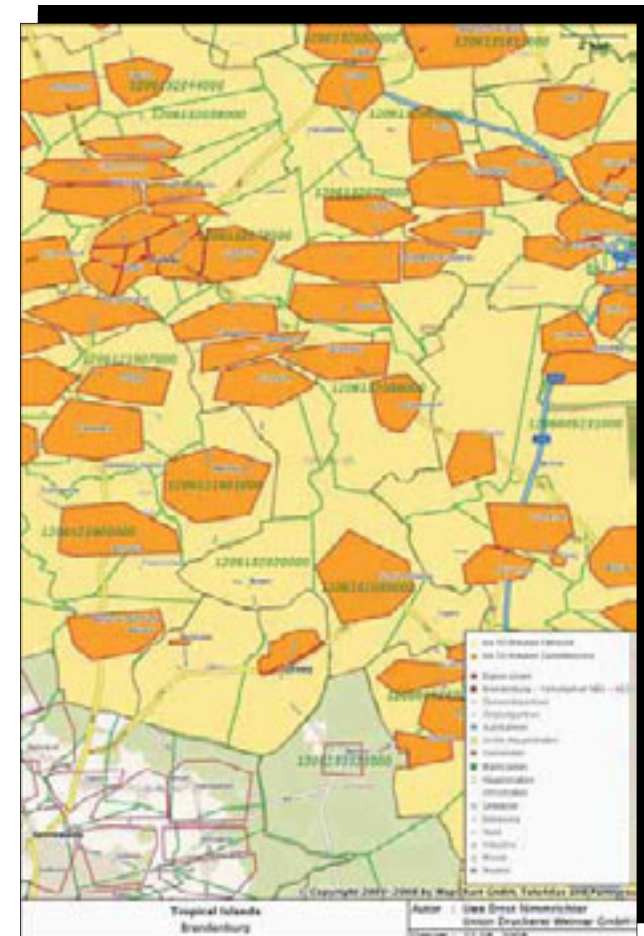


Werbegebietsplanung

Von der Theorie in die Praxis – Übertragung der Werbegebiete auf die Zustellstrukturen

Marktzellen sind nicht mit den Zustellbezirken der Verteilunternehmen identisch. Jede Gebietsauswahl wird auf die Strukturen der Partnerunternehmen übertragen:

- Import der Zustellbezirke und der Haushaltszahlen der Verteilunternehmen in das Geomarketing-Tool von ProspektKomplett.
- Übertragung der Marktzellen auf die Zustellbezirke, die überwiegend in der ermittelten Selektion liegen.
- Ermittlung der Straßenlisten der Zustellbezirke für die telefonische Kontrollmessung bzw. für Marktstudien.



Der Weg zum Verbraucher



ProspektKomplett®



WENZEL &
WAGNER
WERBUNG
GmbH

... die Total-Genial-Prospekte

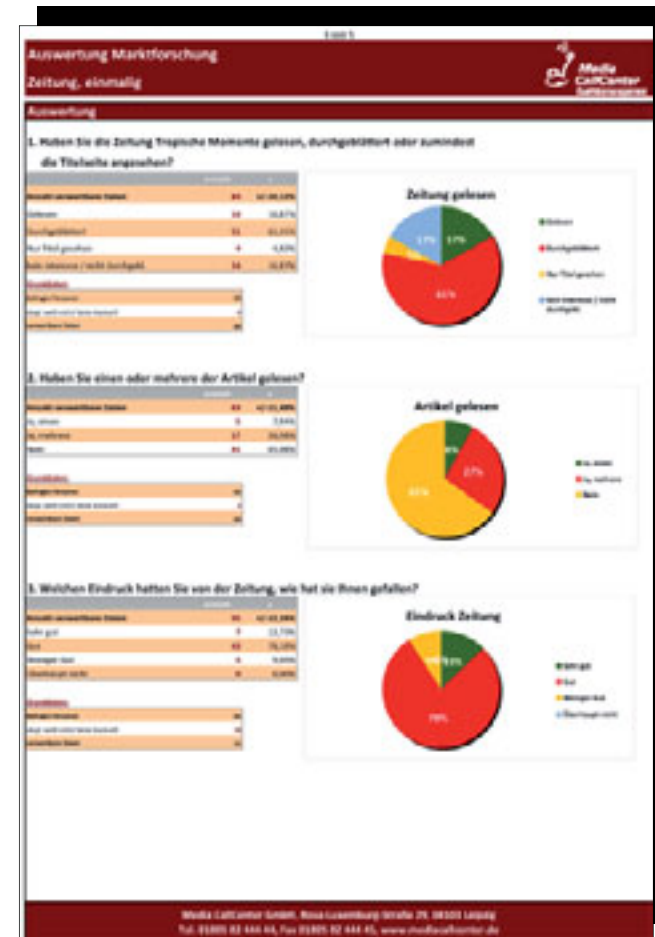
Hoher Qualitätsstandard mit Transparenz und einem fairen Preis



- Zusammenarbeit überwiegend mit Verteilunternehmen der Wochenzeitungen.
- Direkter Kontakt mit allen Verteilunternehmen ohne zusätzliche Vermittler. Auftragsweitergabe an Subunternehmen ist nicht gestattet.
- Es werden ausschließlich Unternehmen mit eigenem Ortsverteilernetz beauftragt.
- Die meisten Verteilpartner sind als GDZ-geprüftes Unternehmen Mitglied im BVDA.

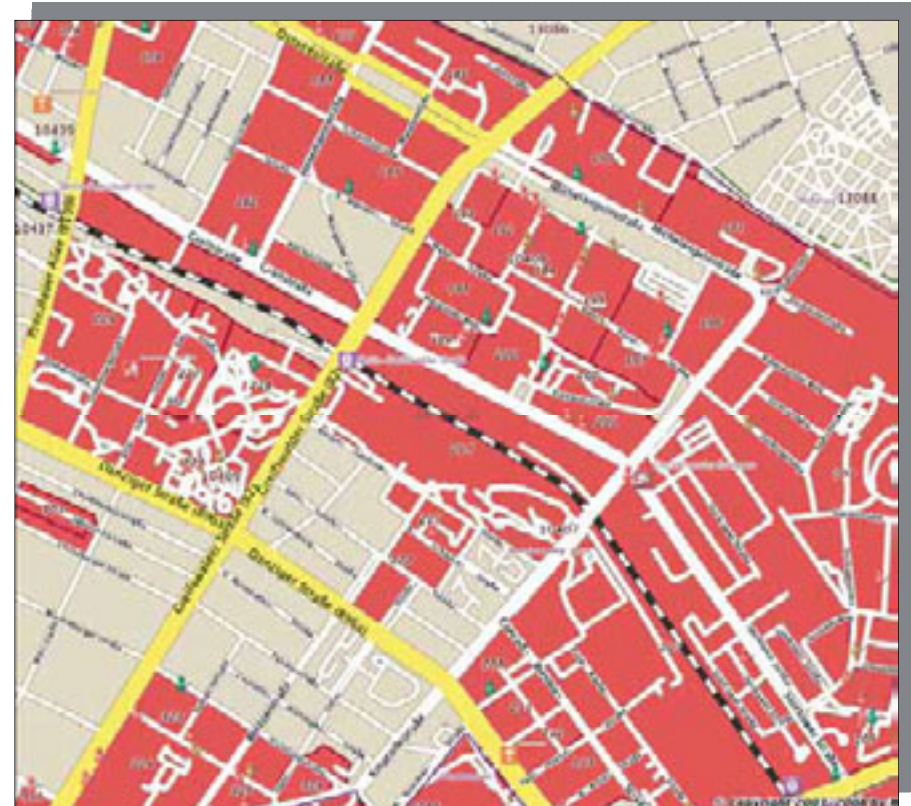
Der Erfolg wird sichtbar

- Befragungen per Telefoninterview oder persönlich vor Ort
- Messung von Wahrnehmung und Zustellqualität.
- Marktstudien zur Werbemittelnutzung bzw. zum Nutzungsverhalten und der Werbemittelbeachtung
- Messung der Markenbekanntheit
- Visuelle und tabellarische Darstellung der Befragungsergebnisse.



Die Werbebegebietsplanung wird zum Prozess

- Geocodierung und kartografische Darstellung der Befragungsergebnisse
- Analyse der Befragungsergebnisse entsprechend der vorliegenden Marktdaten
- Aufbereitung der Analyseergebnisse für die Planung der nächsten Kampagne



Ihr Ansprechpartner



Engagiert im Sinne der Kunden



Roger Wagner

Telefon: 02161 - 27784-0

roger.wagner@wenzel-wagner-werbung.de

Wenzel & Wagner Werbung GmbH

Konrad-Zuse-Ring 12c

41179 Mönchengladbach

www.wenzel-wagner-werbung.de