

Werkzeug für Brand und Sales – WallDecaux und MMA Germany veröffentlichen Grundlagenwerk zu Out of Home und Mobile

Erstmals bündeln Branchenvertreter Handlungsempfehlungen, Fallbeispiele und Studien zur Werbewirksamkeit und Nutzung der beiden Medienkanäle in einem Kompendium

Berlin, den 17. Oktober 2019 – Wie kombiniert man die beiden wachstumsstärksten Medienkanäle des Jahres*, Out of Home (OOH) und Mobile? Dieser Frage sind der Außenwerbevermarkter WallDecaux und die Mobile Marketing Association (MMA Germany) nachgegangen. Entstanden ist das erste umfassende Kompendium, das auf die unterschiedlichen Einsatzmöglichkeiten und Kombinationen der beiden Medien eingeht. Es bietet gebündeltes Wissen aus der Praxis und beantwortet die drängendsten Fragen von Marketing-Verantwortlichen:

- *Wie können Werbetreibende und Agenturen Effizienzvorteile entlang der gesamten Wertschöpfungskette nutzen?*
- *Wie muss zeitgemäße Kommunikation geplant, aufgebaut und umgesetzt sein, damit sie die Potenziale der beiden Kanäle optimal nutzt?*
- *Wie können Konsumenten crossmedial und erfolgreich auf verschiedenen Ebenen angesprochen werden?*

„Wir geben Unternehmen ein Werkzeug an die Hand, das neue Möglichkeiten für Brand und Sales ermöglicht“, so Andreas Knorr, Marketing Director WallDecaux. „Mit dem Kompendium zeigen wir auf, wie vielfältig das Zusammenspiel von Out of Home und Mobile ist, wie sich beide Medien ergänzen und welchen Mehrwert dies Kunden bietet.“

Stark in der Kombination

Die Kombination von OOH und Mobile schlägt die Brücke von der Offline- zur Online-Welt und verbindet die Vorzüge beider Welten perfekt miteinander. OOH liefert kontinuierlich und beständig Reichweite und gibt Marken eine Öffentlichkeit. Mobile ist der persönliche Kanal zur digitalen Welt. Die Medien ergänzen sich im Sales Funnel und wirken – wie Studien ergeben haben – vor allem in der Kombination untereinander.

Auf 76 Seiten präsentieren WallDecaux und MMA Germany Fallbeispiele unterschiedlichster Branchen wie Handel, Tourismus, Entertainment und FMCG und geben Handlungsempfehlungen sowie Analyse-Möglichkeiten. Von der Kreation und Mediaplanung über den Einsatz von Mobile als Datenlieferant, Analyse-Instrument und Rückkanal bis hin zu Re-Targeting erhalten Unternehmen wie Agenturen Einblicke in die Potenziale des Medien-Mix. Dabei wird detailliert auf innovative Technologien wie Augmented Reality und Beacons sowie die Einbindung von Social-Media-Content eingegangen.

Daniel Rieber, Country Director MMA Germany: „Mobile und Out of Home bieten Lösungen für nahezu alle Kommunikations- und Marketing-Aufgaben. Unser Kompendium ist gebündeltes Wissen für jeden, der sich mit moderner Kommunikation auseinandersetzt.“

Das Kompendium kann man unter folgendem Link bestellen:

<https://www.walldecaux.de/out-home-mobile-kompendium>

* Laut OMG Preview Monitor

Pressekontakt:

MAYR PR

Markus Mayr

+49-176-387 563 80

markus@mayr-pr.de

Brüderstr. 17

20355 Hamburg

www.mayr-pr.de

c/o Wall GmbH

Frauke Bank

+49 (0) 30 33899381

frauke.bank@wall.de