

# Credentials Q division

Frankfurt am Main, Oktober 2016



# Die Visitenkarte

Q division ist Spezial-Dienstleister im **Data Driven Advertising**: Von uns kommt der Treibstoff für massenhaft individuelle Ansprachen.

Wir liefern Zielgruppe. Namentlich die Most Valuable Customers:  
**aktive Käufer und Interessenten JETZT.**

Wir sind auf dem Weg, **Deutschlands größter Anbieter von Buying Intent-Zielgruppen** zu werden.

# AGENDA

HINTERGRUND

Vom Umfeld  
zum Nutzer

VERSPRECHEN

Q division

ANSATZ

Was Q division  
für Advertiser tut

DATEN

Herkunft  
Menge  
Preis  
Ablauf

# Vom Umfeld zum Nutzer

Früher nutzte die Werbung die großen Media-Angebote von TV und Print, um Menschen mit **einheitlicher Botschaft** zu erreichen – massive **Streuverluste** waren die natürliche Folge.

Heute manifestiert sich der rasante digitale Umschwung, **individuelle Nutzer-Bedürfnisse** massenhaft zu erkennen und mit **maß-geschneiderten Botschaften** im richtigen Moment anzusprechen.

Damit rücken Nutzer-Daten in das Zentrum des Geschehens.

**Q division** erhebt **Nutzer-Daten aus Online-Shops** und Portalen – anonym und datenschutzkonform aus erster Hand – und vermarktet sie als Targetingfilter für Werbekampagnen.

Werbetreibende und Mediaagenturen profitieren so vom **unfair competitive advantage** gegenüber jeder Umfeld-Misch-Zielgruppen-Belegung.

# AGENDA

## HINTERGRUND

Vom Umfeld  
zum Nutzer

## VERSPRECHEN

**Q division**

## ANSATZ

Was Q division  
für Advertiser tut

## DATEN

Herkunft  
Menge  
Preis  
Ablauf

# Q division verspricht Ihnen ....

- **die relevante Zielgruppe:** Interessenten und Käufer der Produktkategorie
- **in der richtigen Verfassung:** aktiv auf Suche
- **zur richtigen Zeit:** im 1-4 wöchigen Entscheidungsprozess
- **auf fester Grundlage:** harte, frische, transparente Daten von über 100 Providern
- **mit exzellenten Ergebnissen:** hohe Aufmerksamkeit, hohe Werbewirkung, starke Aktivierung, hohe View Time Rate, geringe Bounce-Rate, lange Verweildauer, ...

mit hochwertiger Display/Video-Werbung anzusprechen.

# AGENDA

## HINTERGRUND

Vom Umfeld  
zum Nutzer

## VERSPRECHEN

Q division

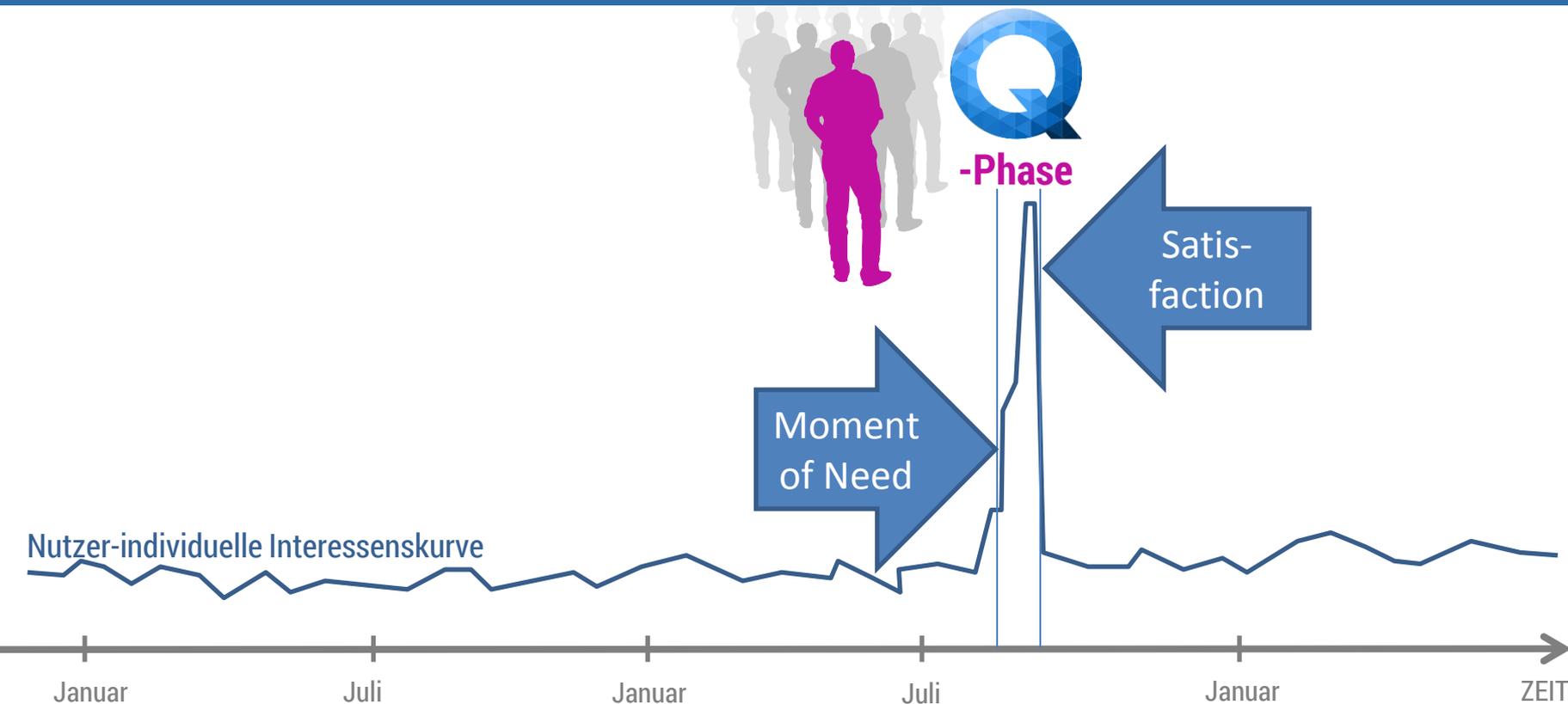
## ANSATZ

**Was Q division  
für Advertiser tut**

## DATEN

Herkunft  
Menge  
Preis  
Ablauf

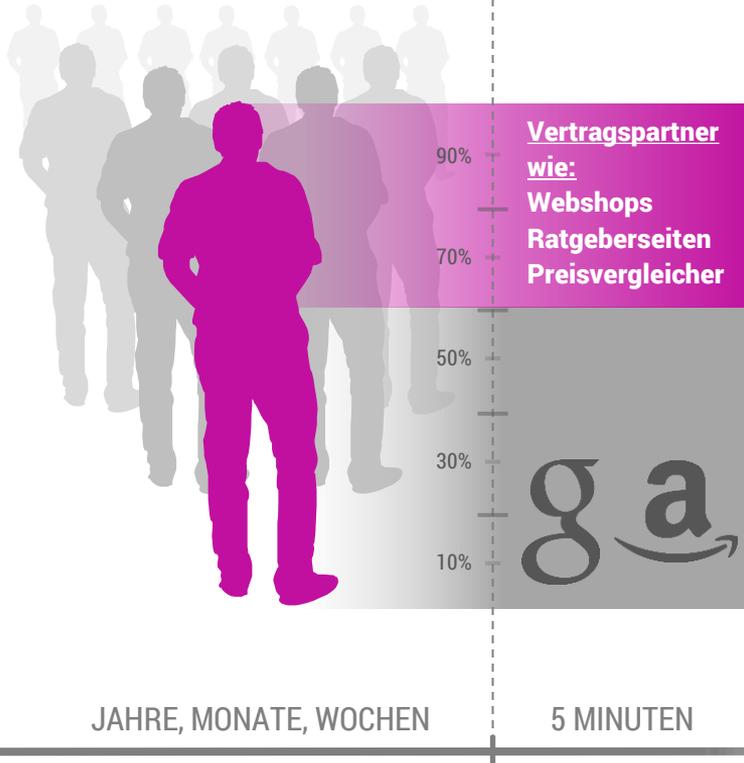
# Q division erkennt den individuellen Moment of Need und bewirbt den Nutzer bis zu seiner Satisfaction



# Schritt 1: Erkennung und Markierung der Käufer im Moment of Need

Kaufinteressent **JETZT**

sucht Information bei...



**50 mio. Menschen (Nutzer)** werden jeden Monat auf unseren Vertragspartner-Seiten als aktive Interessenten **mit Kaufabsicht** identifiziert aufgrund ihres Suchverhaltens nach Produkten

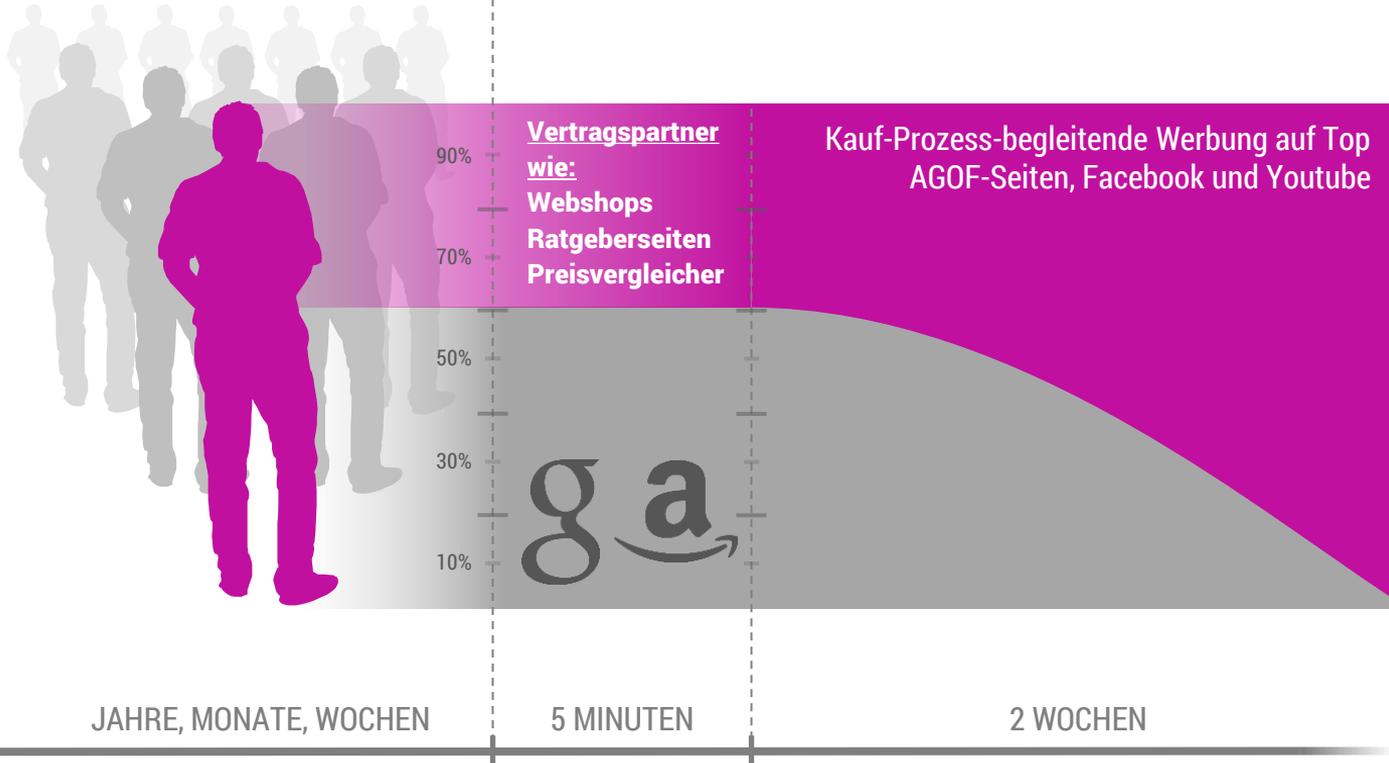
**2 mio. Menschen (Nutzer)** erkennen wir jeden Monat aufgrund Ihrer **Lebensphase:**

- \* Familienplanung. 200.000 UU
- \* Schwangerschaft. 300.000 UU
- \* Baby. 1,2 mio. UU
- \* Klein-/Kinder. 220.000 UU

## Schritt 2: Wiedererkennung des Nutzers und Ausspielung der Werbung

Kaufinteressent JETZT

sucht Information bei...

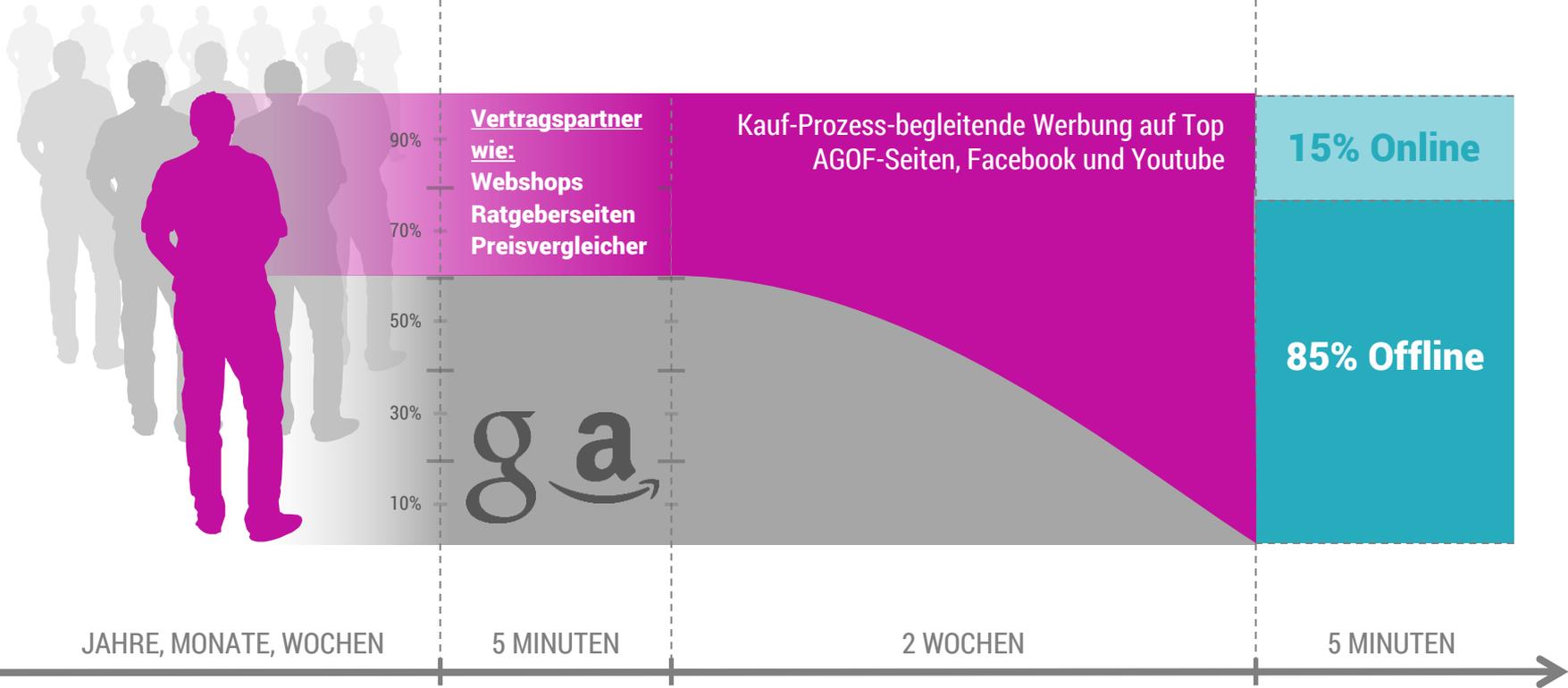


# Schritt 3: Satisfaction bei Abschluss - zu 85 % stationär

Kaufinteressent JETZT

sucht Information bei...

und kauft letztlich...



# Schritt 3: Satisfaction bei Abschluss - zu 85 % stationär

Kaufinteressent JETZT

sucht Information bei...

und kauft letztlich...



1.) Ein ganzjähriger, rollierender, permanenter Prozess von Personen, die den Moment of Need erfahren, die Customer Journey beginnen und beenden: Always-On-Kampagne

2.) Der Schwanz darf nicht mit dem Hund wedeln. Online-Umsatz ist wichtig. 85 % der Umsätze sind jedoch stationär. Die Kampagne muss dies in Format (groß, bewegt), Botschaft (Call to Action) und KPIs (Verweildauer, Relevant Set, First Choice) berücksichtigen.

# LEBENSPHASEN (abgeleitet aus Buying Intent Bewegungsdaten)



## Kinderwunsch

200.000 Pers./Mon.

User auf Umfeldern wie Kinderwunsch, Familienplanung und Hochzeit (braut.de, 9monate.de, lifeline.de, dawanda.de/hochzeit sowie Online-Apotheken).

## Schwangerschaft

300.000 Pers./Mon.

User auf den eindeutigen Rubriken der Online-Apotheken, 9monate.de, dawanda.de/schwangerschaft, Gesundheit.de und Lifeline.de.

## Baby & Kleinkind

1.200.000 Pers./Mon.

User auf beliebten Baby-Unterseiten von dawanda.de/geburt und /baby, babywalz.de ebenso die Online-Apotheken mit Babynahrung/-mittel und Ratgeberseiten.

## Kind 2-8 Jahre

220.000 Pers./Mon.

User auf babywalz.de, anlassbezogen auf dawanda.de/taufe, dawanda.de/kind, dawanda.de/kindergarten + schule, dawanda.de/kommunion.

# AGENDA

## HINTERGRUND

Vom Umfeld  
zum Nutzer

## VERSPRECHEN

Q division

## ANSATZ

Was Q division  
für Advertiser tut

## DATEN

**Kategorie**  
**Menge**  
**Preis**  
**Herkunft**  
**Qualität**  
**Ablauf**

# RATECARD 1/2

Alle Preise n/n, ohne AE, vor MwSt.

| Kategorie                   | Unterkategorie             | Unique-User pro Monat | Ohne Media TKP in € | Mit Media           |                              |                   | Provider   |
|-----------------------------|----------------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|------------------------------|-------------------|--|
|                             |                            |                       |                     | (AdBundle) TKP in € | HalfPage, BillBoard TKP in € | Pre-Roll TKP in € |  |
| <b>Reifen</b>               | Gesamtvolumen              | 6.750.000             | 3,5                 | 8,5                 | 13,5                         | 32                | Reifen.com, Reifendirekt.de, Reifendiscount.de, Reifentiefpreis.de, Reifen1plus.de, Testberichte.de, Guenstiger.de, Motorradreifendirekt.de, Preissuchmaschine.de, Preisvergleich.de   |
| <b>Pharma</b>               | Gesamtvolumen              | 5.500.000             | 2,9                 | 7,9                 | 12,9                         | 31                | 9monate.de, Aliva.de, Apodiscouter.de, Apo-Rot.de, Apotheke.de, Berlinda.de, Besamex.de, EU-Versandapotheke.com, Gesundheit.de, Lifeline.de, Med1.de, Netdoktor.de (in Vorbereitung), Sanicare.de, Vitalsana.com, Wohnen-im-Alter.de |
|                             | Cold                       | 825.000               | 3,5                 | 8,5                 | 13,5                         | 32                | Eben diese   |
|                             | Pain killers               | 1.100.000             | 3,5                 | 8,5                 | 13,5                         | 32                | Eben diese   |
|                             | Weight loss                | 275.000               | 3,5                 | 8,5                 | 13,5                         | 32                | Eben diese   |
|                             | Food supplements           | 550.000               | 3,5                 | 8,5                 | 13,5                         | 32                | Eben diese   |
| <b>Finanzen</b>             | Gesamtvolumen              | 2.500.000             | 2,9                 | 7,9                 | 12,9                         | 31                | BBX.de, Cardscout.de, Bankingcheck.de, Immobilienkredit.vergleichen.com, Kredit-Zinsen.org, Preisvergleich.de, Tagesgeld-News.de, Tagesgeldvergleich.net, Toptarif.de, Zins-Vergleich.de, Zinsen-Berechnen.de                        |
|                             | Kredit                     | 375.000               | 3,5                 | 8,5                 | 13,5                         | 32                | Eben diese   |
|                             | Anlagen                    | 1.750.000             | 3,5                 | 8,5                 | 13,5                         | 32                | Eben diese   |
|                             | Konten                     | 375.000               | 3,5                 | 8,5                 | 13,5                         | 32                | Eben diese   |
| <b>Consumer Electronics</b> | Gesamtvolumen              | 15.000.000            | 2,9                 | 7,9                 | 12,9                         | 31                | Bestcheck.de (ehem. Chip.de/preisvergleich), Guenstiger.de, Medimops.de, Preissuchmaschine.de, Preisvergleich.de, Testberichte.de  |
|                             | Unterhaltungselektronik    | 2.250.000             | 3,5                 | 8,5                 | 13,5                         | 32                | Eben diese   |
|                             | Computer, Soft- & Hardware | 1.500.000             | 3,5                 | 8,5                 | 13,5                         | 32                | Eben diese   |
|                             | Foto & Camcorder           | 750.000               | 3,5                 | 8,5                 | 13,5                         | 32                | Eben diese   |
|                             | Haushaltsgeräte            | 1.125.000             | 3,5                 | 8,5                 | 13,5                         | 32                | Eben diese   |
|                             | Handy & Telekommunikation  | 1.125.000             | 3,5                 | 8,5                 | 13,5                         | 32                | Eben diese   |
|                             | Spielkonsolen & Spielwaren | 1.125.000             | 3,5                 | 8,5                 | 13,5                         | 32                | Eben diese   |

Neue Provider!

Neue Provider!

Neue Provider!

# RATECARD 2/2

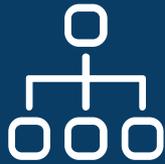
Alle Preise n/n, ohne AE, vor MwSt.

| Kategorie                      | Unterkategorie | Unique-User pro Monat | Ohne Media TKP in € | Mit Media           |                              |                   | Provider  |
|--------------------------------|----------------|-----------------------|---------------------|---------------------|------------------------------|-------------------|---|
|                                |                |                       |                     | (AdBundle) TKP in € | HalfPage, BillBoard TKP in € | Pre-Roll TKP in € |   |
| <b>Telekommunikation</b>       | Gesamtvolumen  | 4.250.000             | 3,5                 | 8,5                 | 13,5                         | 32                | Billiger-telefonieren.de, Handytarife.de, iPhone-Tricks.de, Onlinekosten.de, Preisvergleich.de, Router-Forum.de, Speedport.de, MeinIP.de, Tarife.de, Testberichte.de, Toptarif.de |
| <b>Petcare</b>                 | Gesamtvolumen  | 3.500.000             | 2,9                 | 7,9                 | 12,9                         | 31                | Fressnapf.de, Guentiger.de, Preissuchmaschine.de, Preisvergleich.de, Zooplus.de   |
|                                | Hunde          | 1.050.000             | 3,5                 | 8,5                 | 13,5                         | 32                | Eben diese  |
|                                | Katzen         | 1.050.000             | 3,5                 | 8,5                 | 13,5                         | 32                | Eben diese  |
| <b>Fashion</b>                 | Gesamtvolumen  | 50.000                | 2,9                 | 7,9                 | 12,9                         | 31                | Schwab.de   |
| <b>Familie, Hochzeit, Baby</b> | Gesamtvolumen  | 2.650.000             | 2,9                 | 7,9                 | 12,9                         | 31                | 9monate.de, Baby-Walz.de, Braut.de, Gesundheits- und Apotheken-Seiten (siehe Pharma)  |
| <b>Versicherungen</b>          | Gesamtvolumen  | 270.000               | 3,5                 | 8,5                 | 13,5                         | 32                | Testberichte.de, Toptarif.de, Preisvergleich.de, Vergleich.de, BBX.de, Zinsen-Berechnen.de  |
| <b>Energie</b>                 | Gesamtvolumen  | 360.000               | 3,5                 | 8,5                 | 13,5                         | 32                | Strom-Magazin.de, Gas-Magazin.de, Energievergleich.de, Stromseite.de, Preisvergleich.de, Testberichte.de, Tarife.de, Toptarif.de, Heizolpreise.info                               |
| <b>Uhren</b>                   | Gesamtvolumen  | 30.000                | 2,9                 | 7,9                 | 12,9                         | 31                | Guentiger.de, Preissuchmaschine.de, Preisvergleich.de   |
| <b>DIY</b>                     | Gesamtvolumen  | 900.000               | 2,9                 | 7,9                 | 12,9                         | 31                | Baumarkt.de, Globus-Baumarkt.de, Guentiger.de, Hitseller.de, Mytoolstore.de, Preissuchmaschine.de, Preisvergleich.de, Westfalia.de  |
| <b>Generalisten</b>            | Gesamtvolumen  | 2.500.000             | 2,9                 | 7,9                 | 12,9                         | 31                | Schwab.de   |

Kontaktieren Sie uns für zielgenaue Targeting-Segmente auf Ihr gewünschtes Kaufinteresse!



**VERACITY**  
Glaubwürdigkeit



**VARIETY**  
Strukturiertheit



**VELOCITY**  
Schnelligkeit



**VOLUME**  
Datenmenge

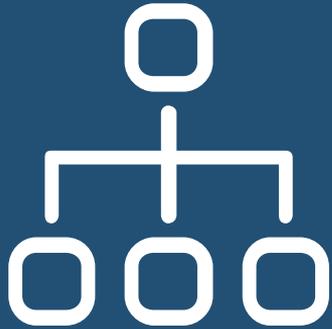


**VERIFICATION**  
Prüfbarkeit



**VERACITY**  
Glaubwürdigkeit

Direkte, exklusive,  
datenschutzverpflichtete und  
ausgewiesene Vertragsbeziehungen  
zwischen Q division und z.Zt.  
über **100 deutschen Webshops,**  
**Vergleichsseiten und**  
**Special-Interest-Sites**



**VARIETY**

Strukturiertheit

**Ausschließlich einheitlich  
strukturierte Daten:**

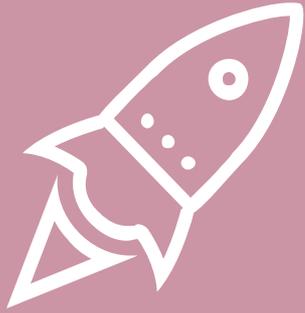
Cookies

Numerische ID

Time Stamp

Verfalldatum

HP, Kategorie, Produktdetailseite  
und Marke



## VELOCITY

Schnelligkeit

Recency von **ca. 30 Minuten** zwischen Markierung und Werbemittel-Ausspielung im **Direkt-Kunden-Geschäft**.

Recency von ca. 1 Tag bei Agenturbetreuung



**VOLUME**  
Datenmenge

## Unique User/Monat (September 2016):

13 M Consumer Electronics

7 M Reifen

6 M Pharma

4 M Telekommunikation

4 M Petcare

3 M Finanzen

3 M Baby



# VERIFICATION

Prüfbarkeit

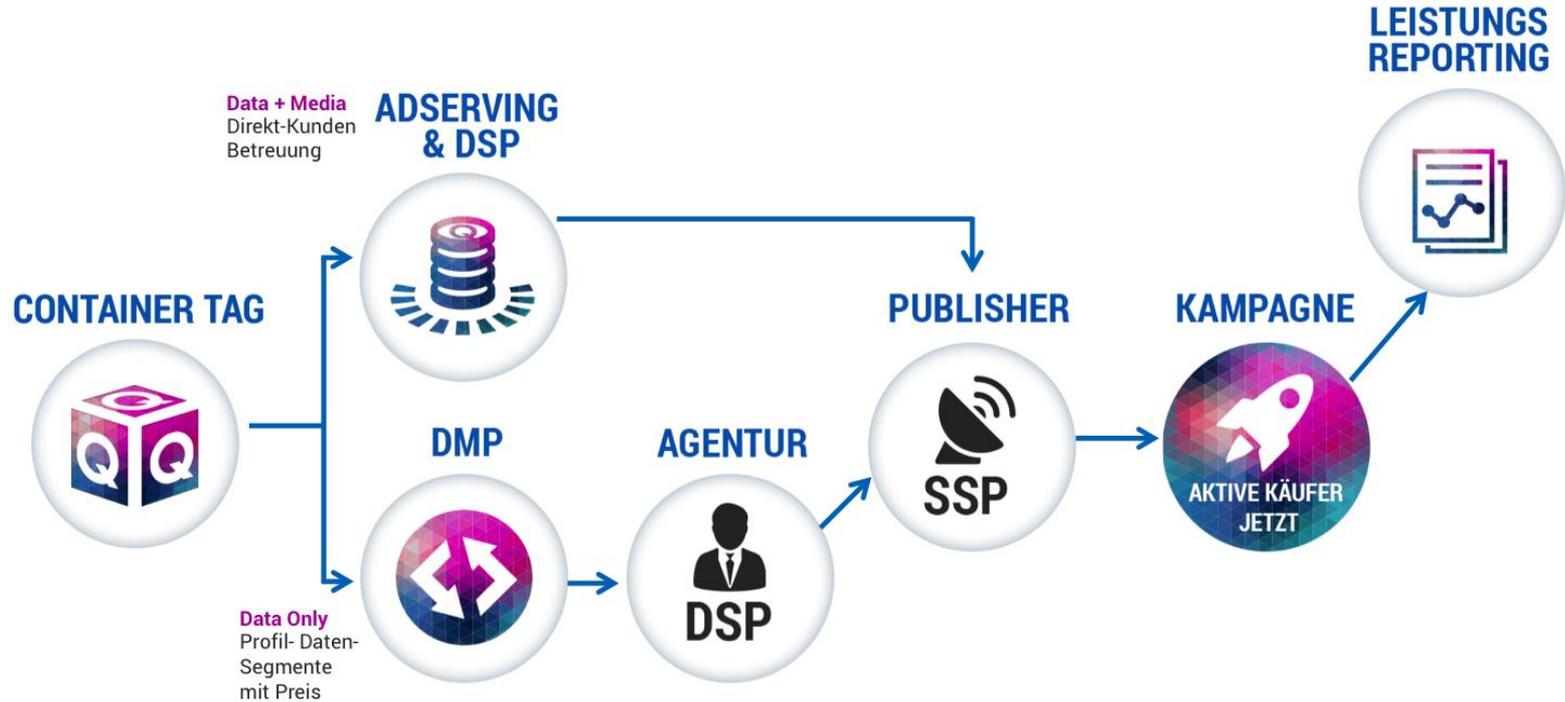
Keine Blackbox wie z.B. Lookalike-  
Modelling, Prospecting, Predictive  
Targeting, ...

**... sondern frische, harte Echtdateen!**

# ZUSAMMENARBEIT ABLAUF



# ZUSAMMENARBEIT DIREKT ODER ÜBER AGENTUR



# Q division Kontakt

## **MELANIE VOGELBACHER**

Geschäftsführerin

Walther-von-Cronberg-Platz 13

60594 Frankfurt am Main

Fon: +49 (0)69 25 53 494 - 65

Fax: +49 (0)69 25 53 494 - 89

E-Mail: [mvogelbacher@q-division.de](mailto:mvogelbacher@q-division.de)

## **GERALD BANZE**

Geschäftsführer

Walther-von-Cronberg-Platz 13

60594 Frankfurt am Main

Fon: +49 (0)69 25 53 494 – 70

Fax: +49 (0)69 25 53 494 - 89

E-Mail: [gbanze@q-division.de](mailto:gbanze@q-division.de)