

Medienforschung NET-Matrix AG

EMEKA

Zürich, 25.01.2016




Wer sind wir?

Konvergente
Eigentümerstruktur


45% Anteile




45% Anteile


10% Anteile

Digitale Kundenbasis
jenseits Gattungen





Was machen wir?

Unsere Produkte

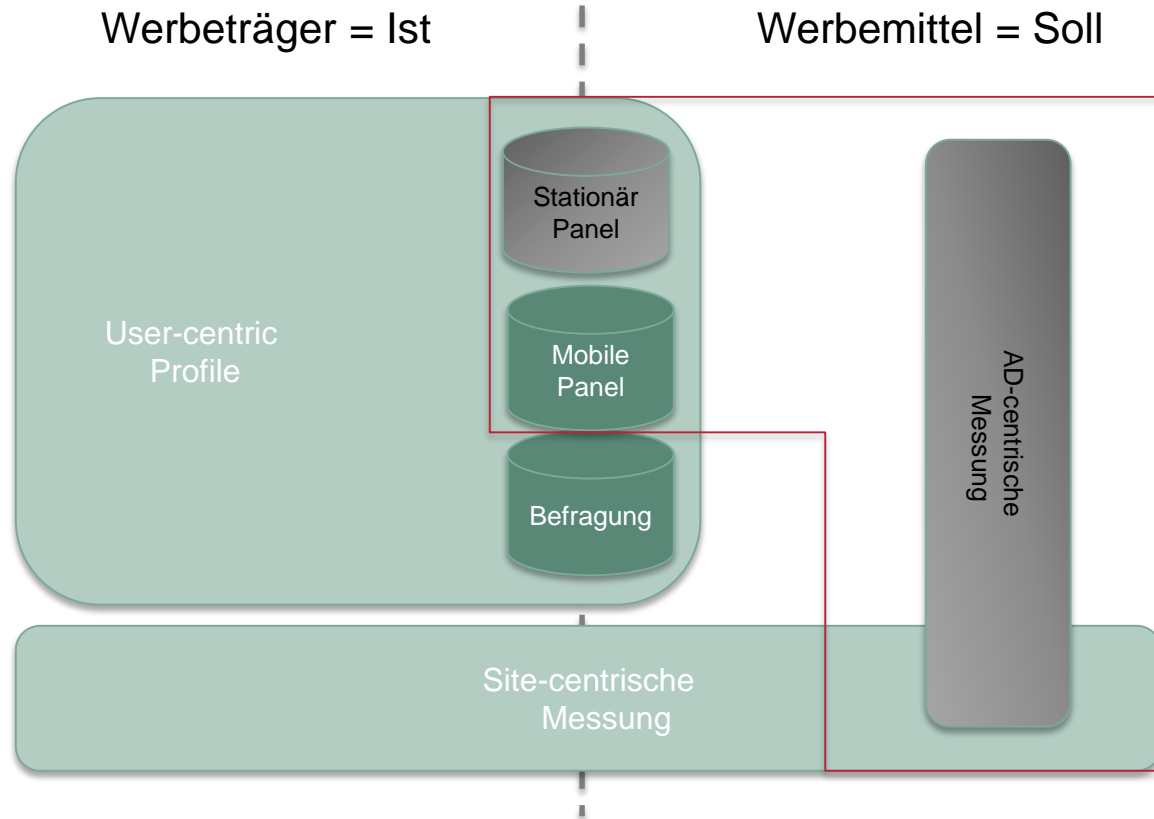
Werbeträger = Ist

Werbemittel = Soll

netmetrix
Profile
Detaillierte Reichweiten
Schweizer Webangebote

netmetrix
Base
Allg. Internetnutzung der
Schweizer Bevölkerung

netmetrix
Audit/Mobile
Detaillierte Nutzung
Schweizer Webangebote



Wohin möchten wir?

Markt

- Relativ kleiner, fragmentierter Markt
- Hohes Qualitätsbewusstsein der Kunden
- Beschränkte Budgets

Bedürfnis

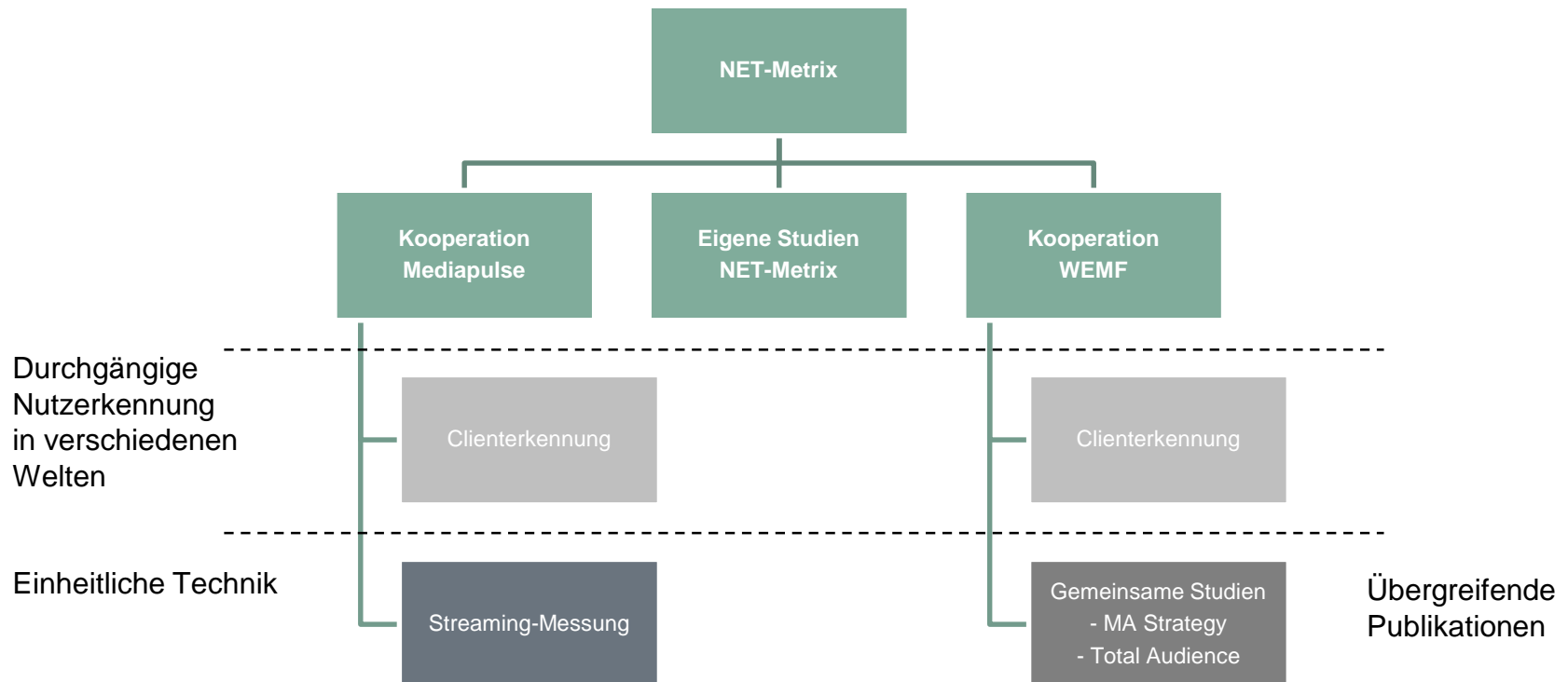
- Werbemittelmessung
- Werbeträgermessung
- gattungsübergreifende konvergente Daten

Ziele

- Ein System für Werbemittel- und Werbeträgermessung
- Synergetisches Konstrukt gemeinsam mit Shareholdern zwecks Kostenreduktion
- Durchgängigkeit der Publikationen über Gattungen hinweg

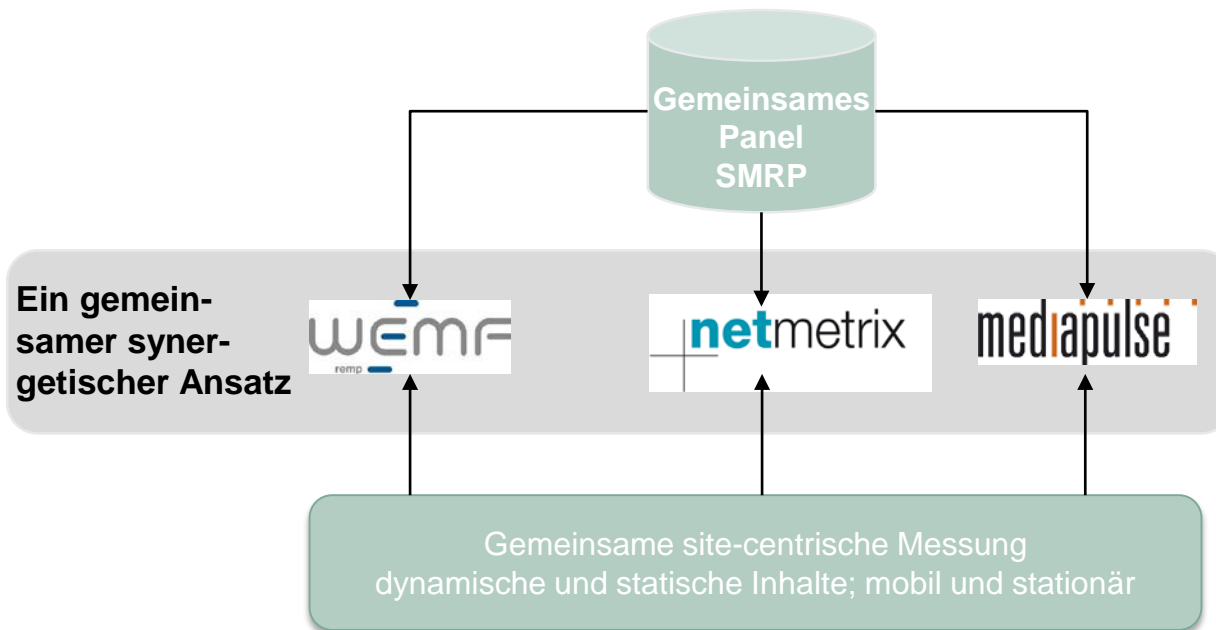
Wo stehen wir heute?

Es gibt projekt- bzw. produktbezogene Kooperationen, doch kein Gesamtkonstrukt



Wie kommen wir zur integrierten Medienforschung?

Basis für Befragungen und Messungen bei definierten Nutzern



Ziele:
Gattungs-Publikationen sowie
konvergente Sicht
der Customer Journey
aus einem Modell

Basis für technische Messungen zur Verknüpfung der Gattungsdaten