

MMT Scope

Attributionsmodelle zur Media Optimierung

Kontaktieren Sie uns. Wir beraten Sie gerne – hello@mercurymediatechnology.com

Modellierung und Visualisierung des Media Impacts auf Business KPIs.

MMT Scope bietet Werbetreibenden und Mediaagenturen eine ganzheitliche Lösung zur Modellierung und Visualisierung des Einflusses von Mediakampagnen auf Business KPIs. Die Modellergebnisse bieten in übersichtlichen Dashboards dargestellt eine wertvolle Entscheidungshilfe bei der Budgetallokation und Kampagnenplanung.*

Unsere Lösung

MMT Scope unterstützt Sie bei der Optimierung Ihrer Mediakampagnen mit einer Reihe von Modellen, darunter Media Mix Modeling, Sales Modeling und Multi Touch Attribution, die wertvolle Insights zum Mediaeinfluss liefern. Die Modelle können je nach Granularität der zur Verfügung gestellten Daten und / oder der Art der Mediakanäle, die Sie untersuchen möchten, eingesetzt werden.

MMT Scope nutzt Kunden-, und Branchendaten sowie Markttrends. Die Modelle können je nach Fragestellung um Daten weiterer Einflussfaktoren, wie z. B. Wetterdaten ergänzt werden.

Die Visualisierung der Prognosen erfolgt in einem eigens dafür konzipierten Front-End mit gut strukturierten und einfach zu verstehenden Dashboards, um Ihnen eine wertvolle Entscheidungshilfe an die Hand zu geben. Durch Algorithmen für maschinelles Lernen liefern die Modelle mit jedem Zyklus präzise Prognosen.



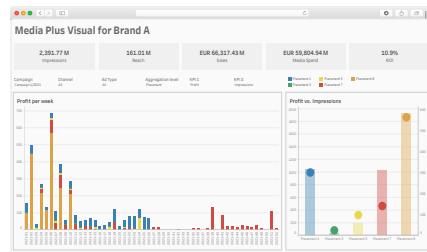
Framework for Scope Attribution

*MMT kann nicht für das Nichteintreten der vorhergesagten Ergebnisse verantwortlich gemacht werden, da der Einfluss externer Faktoren nicht vollständig berücksichtigt werden kann.

Prognosemodelle zur Media Optimierung

Eine Auswahl unserer einsatzbereiten Modelle

In **MMT Scope** finden Sie einsatzbereite Modelle, die Antworten auf die häufigsten Fragen von Werbetreibenden geben. Darüber hinaus entwickelt unser Business Intelligence Team individuelle Modelle für Ihre spezifischen Herausforderungen.



MMT Scope Budget Allocation

Dieses Modell analysiert den Media Impact auf den Absatz oder weitere Business KPIs und hilft somit zu verstehen, in welchen Medien Ihr Werbebudget die höchste Performance erzielt hat, um die Budgetallokation zu optimieren.



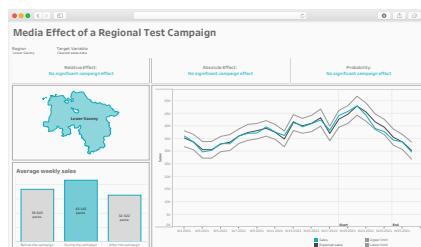
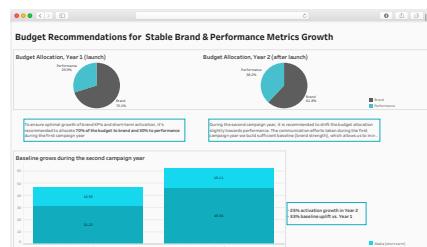
MMT Scope Multi Touch Attribution

Dieses Modell untersucht auf Kundenebene den Einfluss aller Touchpoints der Customer Journey für den Kaufabschluss, was Ihnen hilft, sich auf den richtigen digitalen Mediamix zu konzentrieren.



MMT Scope TV Performance

Dieses Modell unterstützt Werbetreibende, die TV als Performance-Tool für ihre Geschäftsziele nutzen wollen, indem es ihre TV-Aktivitäten optimiert und den richtigen Kontext, das richtige Timing und die richtigen Kanäle aufzeigt, um die besten Ergebnisse zu erzielen.



MMT Scope Brand Builder

Das Modell ermittelt den optimalen Share zwischen Branding- und Performance-Aktivitäten, um sowohl die Markenentwicklung als auch den Verkauf für ein neues Produkt ideal voranzutreiben.

Unser bewährtes Vorgehen

1. Wir integrieren Datenquellen (Media-, Markt- und Businessdaten)
2. Wir bereiten Daten für die Analyse auf
3. Wir setzen Analysen (Statistik, Machine Learning, Deep Learning, etc.) ein, um Erkenntnisse zu gewinnen und Empfehlungen zu generieren
4. Wir konzipieren und erstellen Dashboards zur Visualisierung der Modellergebnisse
5. Wir stellen Ihnen die Dashboards über unser exklusives MMT Scope Modul zur Verfügung