



Whitepaper TWO

Sein & Haben Analytics

BE&HAVE | Eine fiktive Marke & ihre Interessenten | Sein & Haben Analytics

Whitepaper ONE – Grundinformationen zur Marke

Whitepaper TWO – Kuratierte Lebenswelten & Vertical Spotlights

Whitepaper THREE – Competitive Comparison & Sponsoring (Rightsholder Landscape)



Sein & Haben Analytics

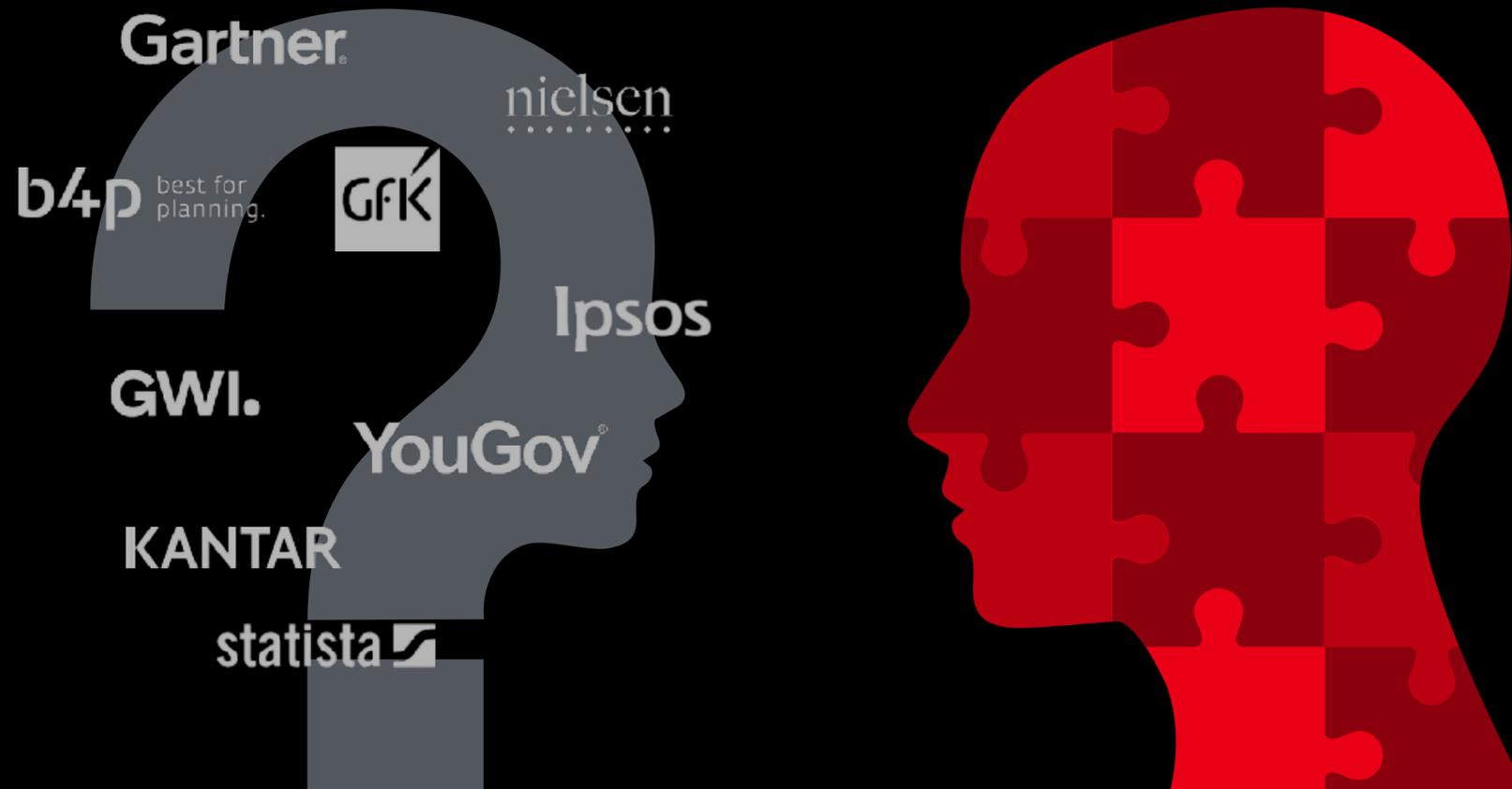
Verhaltensbasierte Konsumenten Analyse kurz erklärt.

Sein und Haben Analytics

Wir nutzen verhaltensbasierte Analysen – von Zielgruppen, Themen & Personas – für die kreative Entwicklung von wirksamen Marketing-Konzepten und innovativer Marken-Kommunikation.

Wie funktioniert verhaltensbasierte Konsumentenanalyse und welche Vorteile bietet sie?

Umfrage **VS** Authentisches Online-Verhalten



KI-basierte Verhaltensanalyse von Konsumenten.

- ▶ Erfasst das **authentische Online-Verhalten** von Menschen
- ▶ Erfasst das Verhalten **in totaler Quantität** – nicht in Hochrechnungen wie bei Marktforschungen oder Panels
- ▶ Es sind **Beziehungen/Verhältnisse zwischen allen Objekten** messbar
- ▶ In **über 100 Ländern verfügbar**, davon in **40 auf PLZ-Ebene**



Das System funktioniert objektbasiert.

- ▶ Aktuell sind über **> 300.000 Objekte** verfügbar – diese werden monatlich aktualisiert und ergänzt
- ▶ Objekt-Beispiele: **Marken, Themen, Vereine, Personen, Influencer, Bands u.v.m.**
- ▶ Wir können durch die Kombination von Objekten **individuelle Personas** konfigurieren

Audience Profile

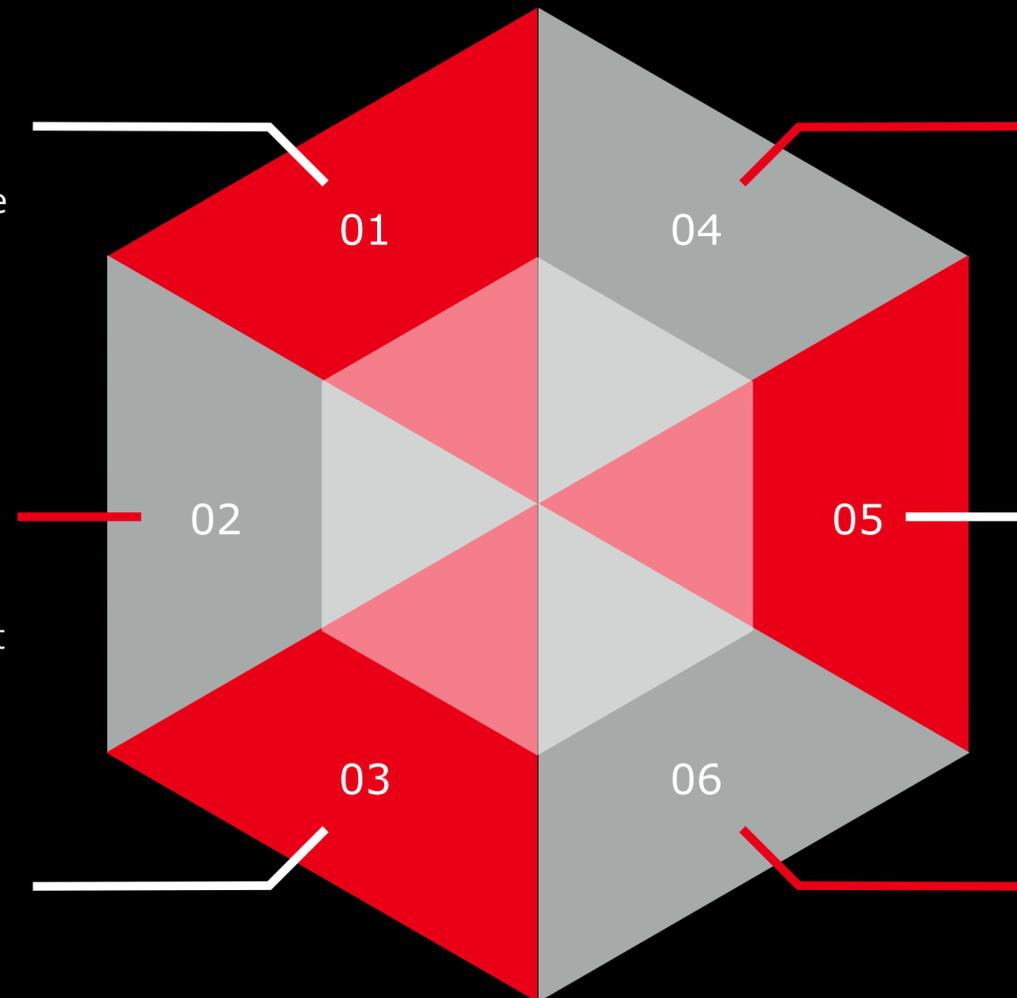
- Wir analysieren psychografische und persönliche Merkmale von Zielgruppen (Interessenten & Personas) zur Optimierung von Kommunikationsstrategien.

Market Potential / Readiness

- Wir analysieren grenzübergreifend, um die Potenziale für Wachstum und Marktchancen mit Daten zu unterfüttern, die für über 100 Länder weltweit verfügbar sind. In 40 Ländern ist eine Analyse bis auf Postleitzahl-Ebene möglich.

Media planning

- Wir können sehen, welche Medienkanäle/ Influencer/Videospiele Ihre Zielgruppen nutzen und mit welchen Inhalten sie sich wahrscheinlich beschäftigen werden.



Competition

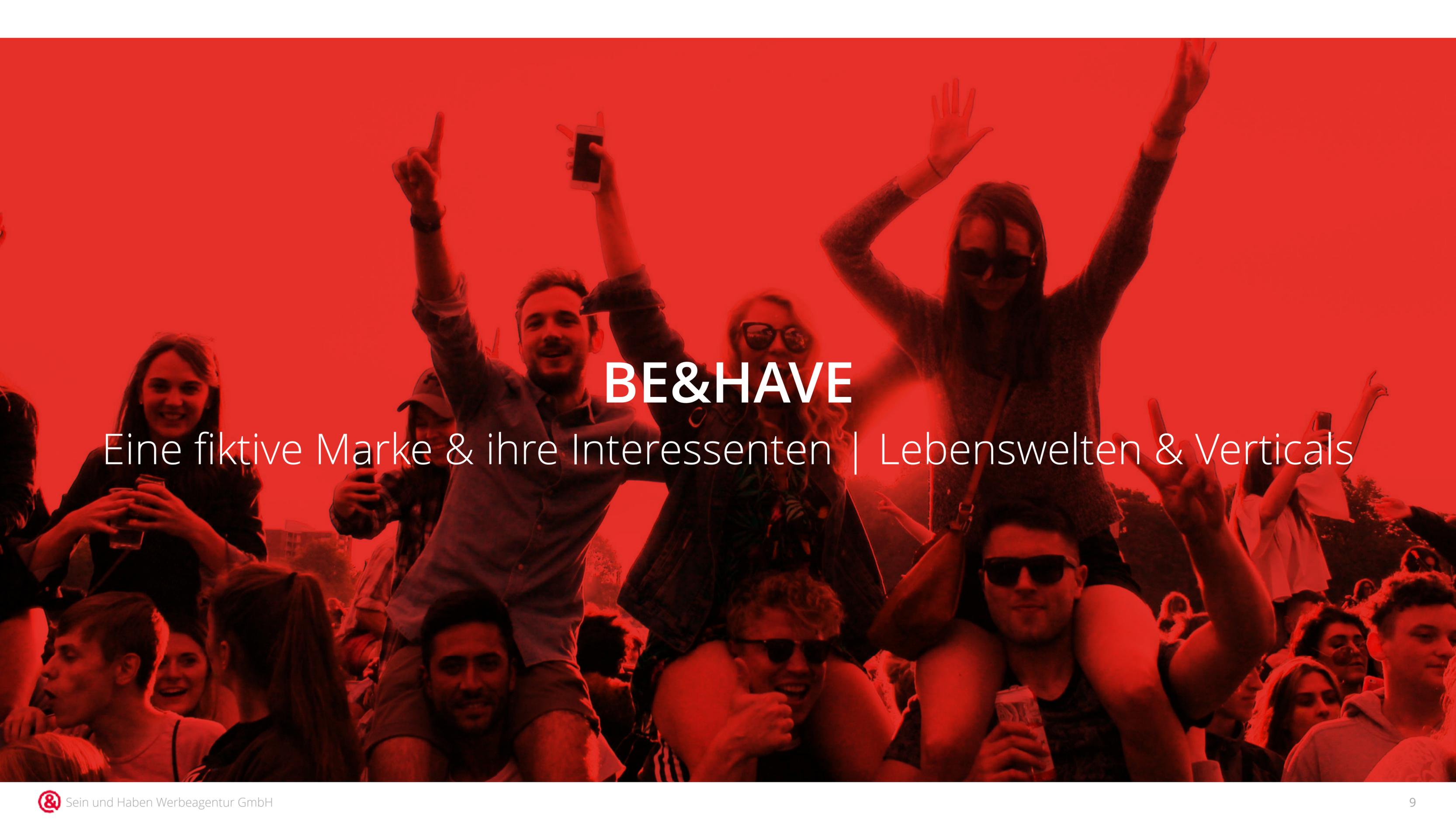
- Wir erstellen vergleichende Analysen für Ihre Marken – wir untersuchen Marktbegleiter ebenso wie bewährte Verfahren/Marken außerhalb Ihrer Branche.

Locations Intelligence

- Wir finden für Sie den besten Ort für die Eröffnung eines neuen Geschäfts, für 18/1tel-Plakate, lokale Online-Kampagnen und die optimalen Partner-Marken in definierten Räumen (Regionen, Städte, Postleitzahlen).

Sponsorships

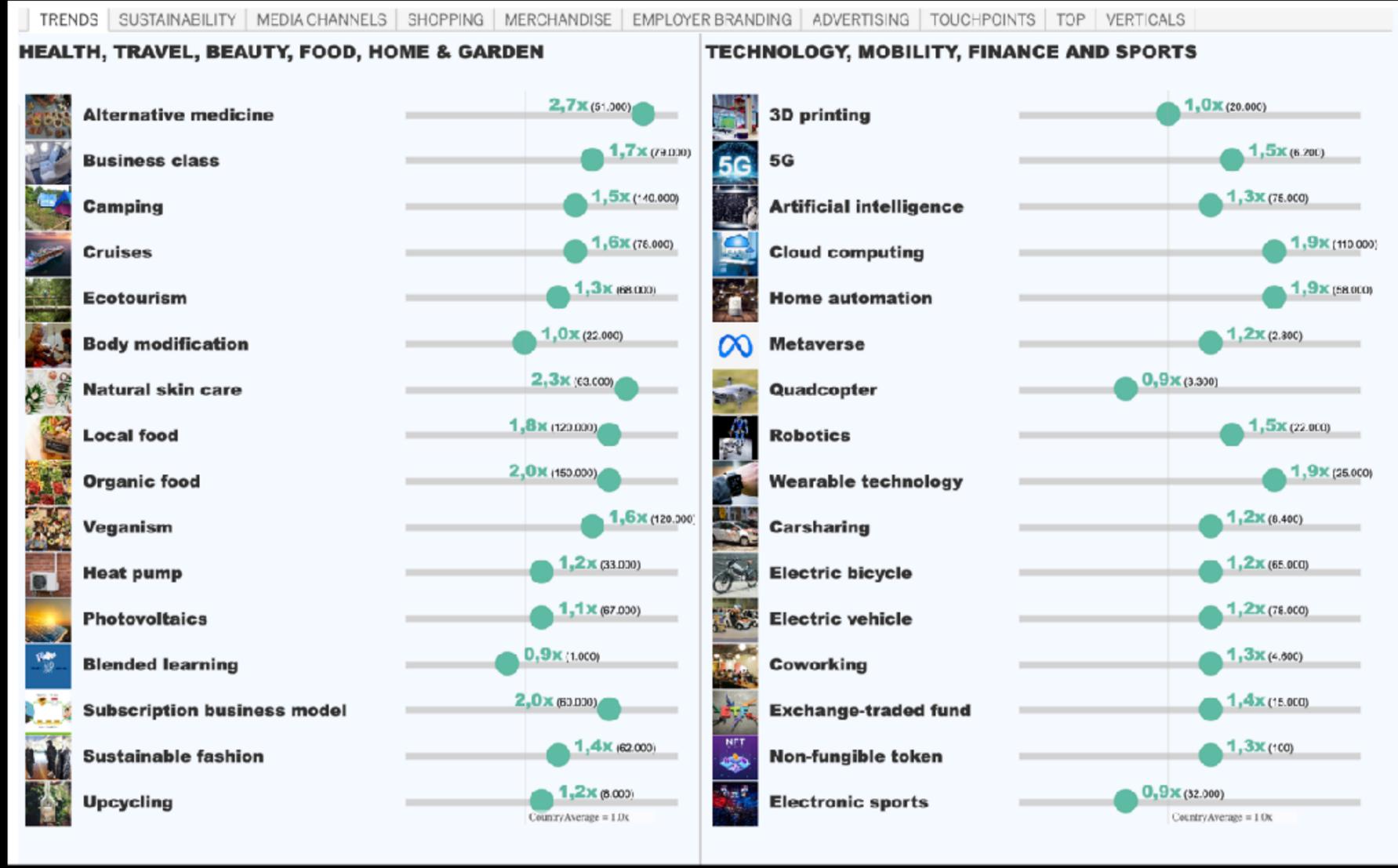
- Wir unterstützen Sie bei der Auswahl von wirkungsvollen und authentische Sponsoring-Partnerschaften/Assets sowie Co-Branding-Möglichkeiten, die Ihre Zielgruppen erreichen.



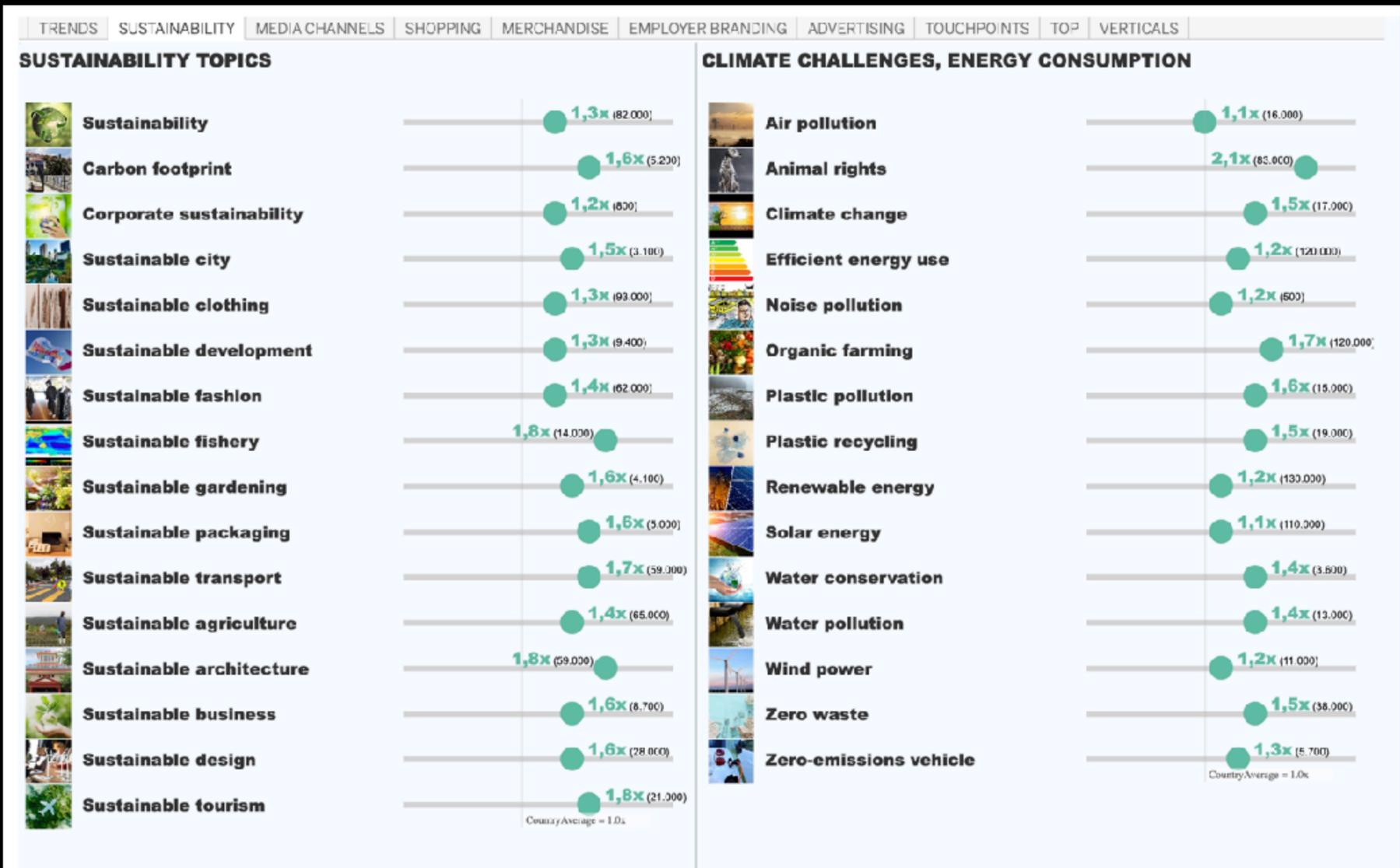
BE&HAVE

Eine fiktive Marke & ihre Interessenten | Lebenswelten & Verticals

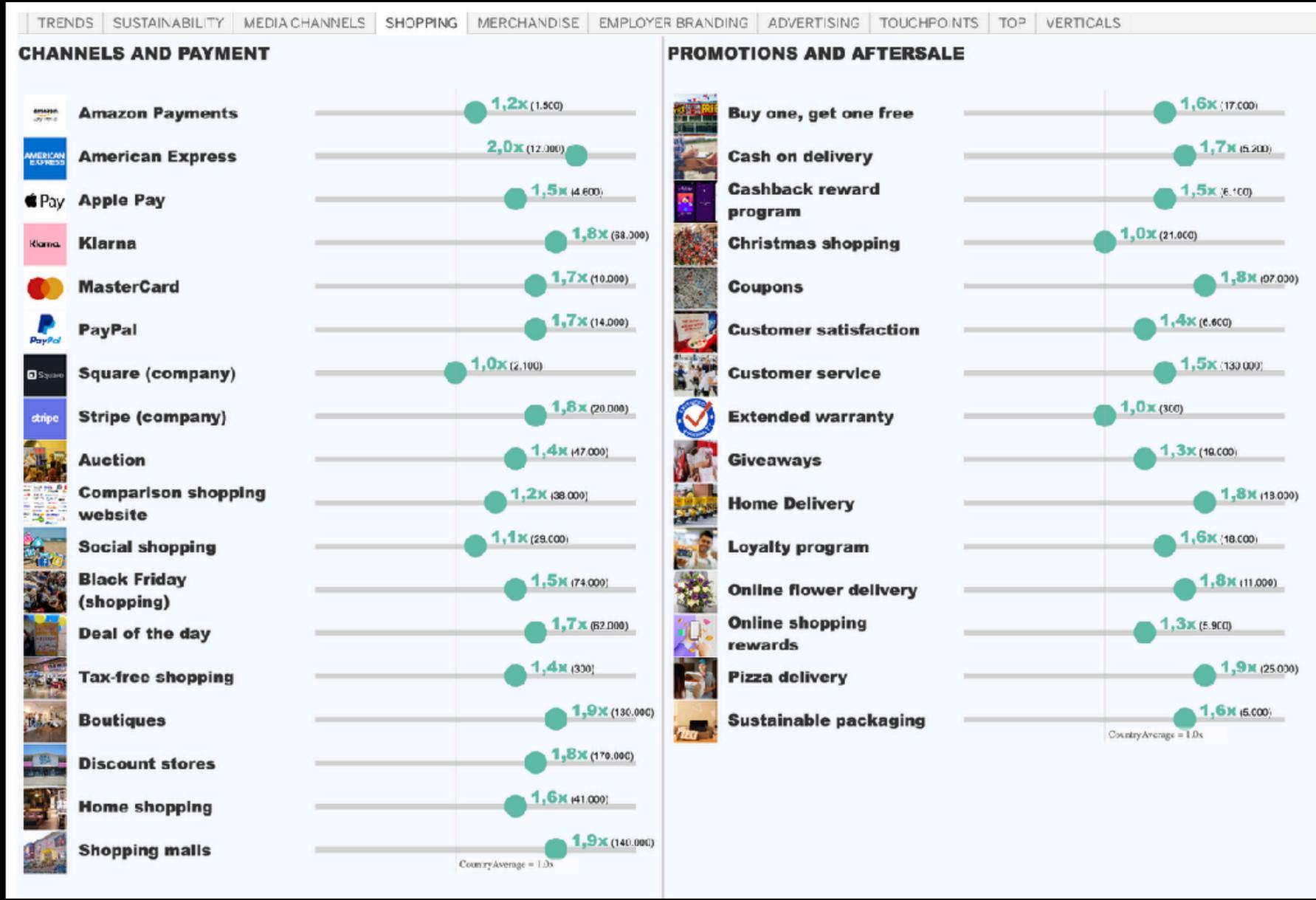
BE&HAVE | Eine fiktive Marke und ihre Interessenten | Kuratierte Themenwelten



- ▶ Welche Trend-Themen sind wichtig für die **BE&HAVE** Interessenten?
- ▶ Vegane Ernährung spielt eine ebenso große Rolle wie Cloud Computing.
- ▶ Ganz vorne (hinsichtlich der Reichweite) sind aber Camping und Organic Food.



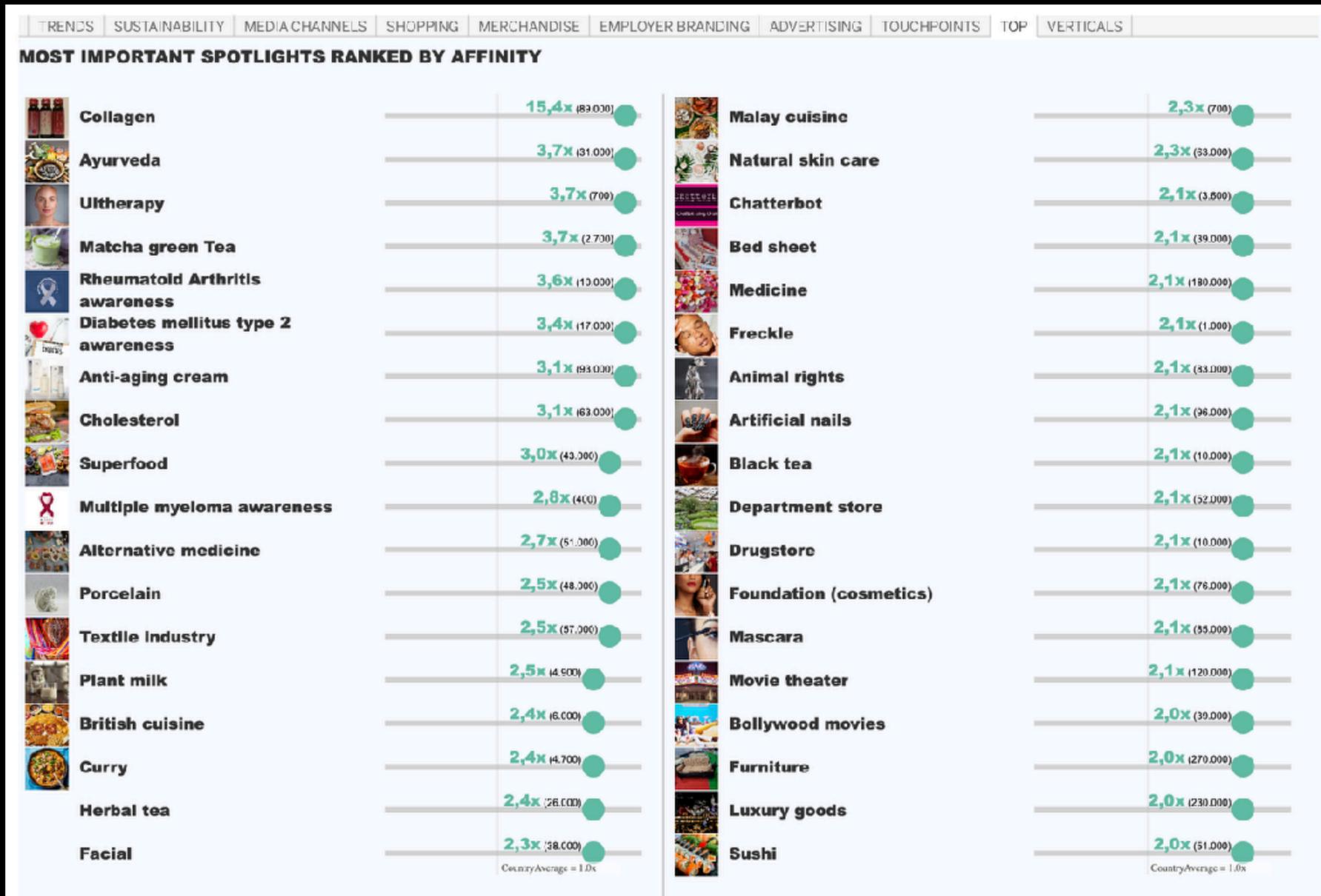
- ▶ Nachhaltigkeit – Die Themen mit denen sich die **BE&HAVE** Interessenten beschäftigen sind vielfältig.
- ▶ Ganz vorne (hinsichtlich der Reichweite) sind Erneuerbare Energien, Organic Farming und Efficient Energy Use



- ▶ Shopping-Themen der **BE&HAVE** Interessenten.
- ▶ Sie mögen Boutiquen, Discount Stores und Shopping Malls ... und wollen einen guten Customer Service.
- ▶ Bei Promotions mögen Sie am liebsten Coupons – sehr deutlich vor Buy one, get one free.



- ▶ Bevorzugte Werbeformen der **BE&HAVE** Interessenten.
- ▶ Online-Werbung ist super. Aber bitte keine AdWords!
- ▶ Und auch hier: Bitte einen anständigen Customer Service!



- ▶ Was sind über alles betrachtet die Top-Themen mit der höchsten Affinität für die **BE&HAVE** Interessenten?
- ▶ Collagen ist offensichtlich der interessanteste Inhaltsstoff – vermutlich bei Cremes.
- ▶ Aber auch Themen wie Rheuma, Diabetes und Cholesterin sind extrem relevant in den Köpfen.

BE&HAVE | Eine fiktive Marke und ihre Interessenten | Vertical Spotlights

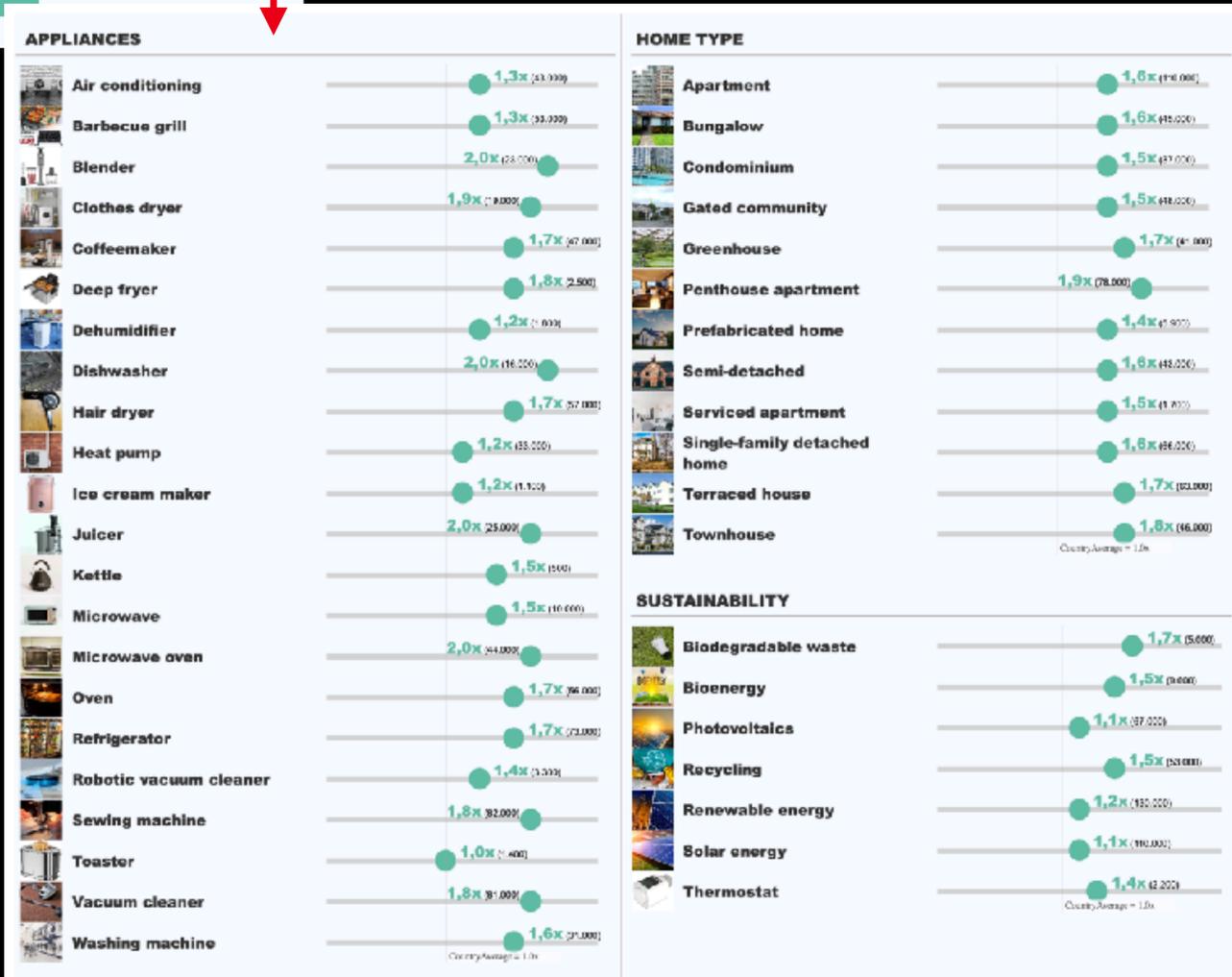
VERTICAL SPOTLIGHTS		
ACTIVITY & LEISURE	MEDIA	HOME & LIVING
ARTS & CULTURE	BOARD GAMES & GAMBLING	ALCOHOL
AUTOMOTIVE	VIDEO GAMES	NON-ALCOHOL
MOTORCYCLES, BICYCLES AND PUBLIC TRANSPORT	LITERATURE	FOOD TASTE
SPORTS	MOVIES	RESTAURANTS
SPORT EVENTS	TV	HEALTH
TECHNOLOGY & ELECTRONICS	MUSIC	HOME & HOUSEHOLD
TRAVEL & LEISURE	STYLE	GARDEN
DESTINATIONS	PERSONAL CARE	KIDS & FAMILY
ACTIVITY & LEISURE	MAKEUP	PETS & ANIMALS
CAREER	BEAUTY TOPICS & TOUCHPOINTS	
FINANCE	FASHION & ACCESSOIRES	
POLITICS & SOCIETY		

- ▶ Verticals – Welches Themas bedarf einer noch tieferen Analyse bei den **BE&HAVE** Interessenten?
- ▶ Das entscheiden wir individuell nach den vorangegangenen Analysen und dem Grundthema der Marke bzw. der Aufgabe.

TRENDS | SUSTAINABILITY | MEDIA CHANNELS | SHOPPING | MERCHANDISE | EMPLOYER BRANDING | ADVERTISING | TOUCHPOINTS | TOP | VERTICALS

VERTICAL SPOTLIGHTS

ACTIVITY & LEISURE	MEDIA	HOME & LIVING
ARTS & CULTURE	BOARD GAMES & GAMBLING	ALCOHOL
AUTOMOTIVE	VIDEO GAMES	NON-ALCOHOL
MOTORCYCLES, BICYCLES AND PUBLIC TRANSPORT	LITERATURE	FOOD TASTE
SPORTS	MOVIES	RESTAURANTS
SPORT EVENTS	TV	HEALTH
TECHNOLOGY & ELECTRONICS	MUSIC	HOME & HOUSEHOLD
TRAVEL & LEISURE	STYLE	GARDEN
DESTINATIONS	PERSONAL CARE	KIDS & FAMILY
ACTIVITY & LEISURE	MAKEUP	PETS & ANIMALS
CAREER	BEAUTY TOPICS & TOUCHPOINTS	
FINANCE	FASHION & ACCESSOIRES	
POLITICS & SOCIETY		

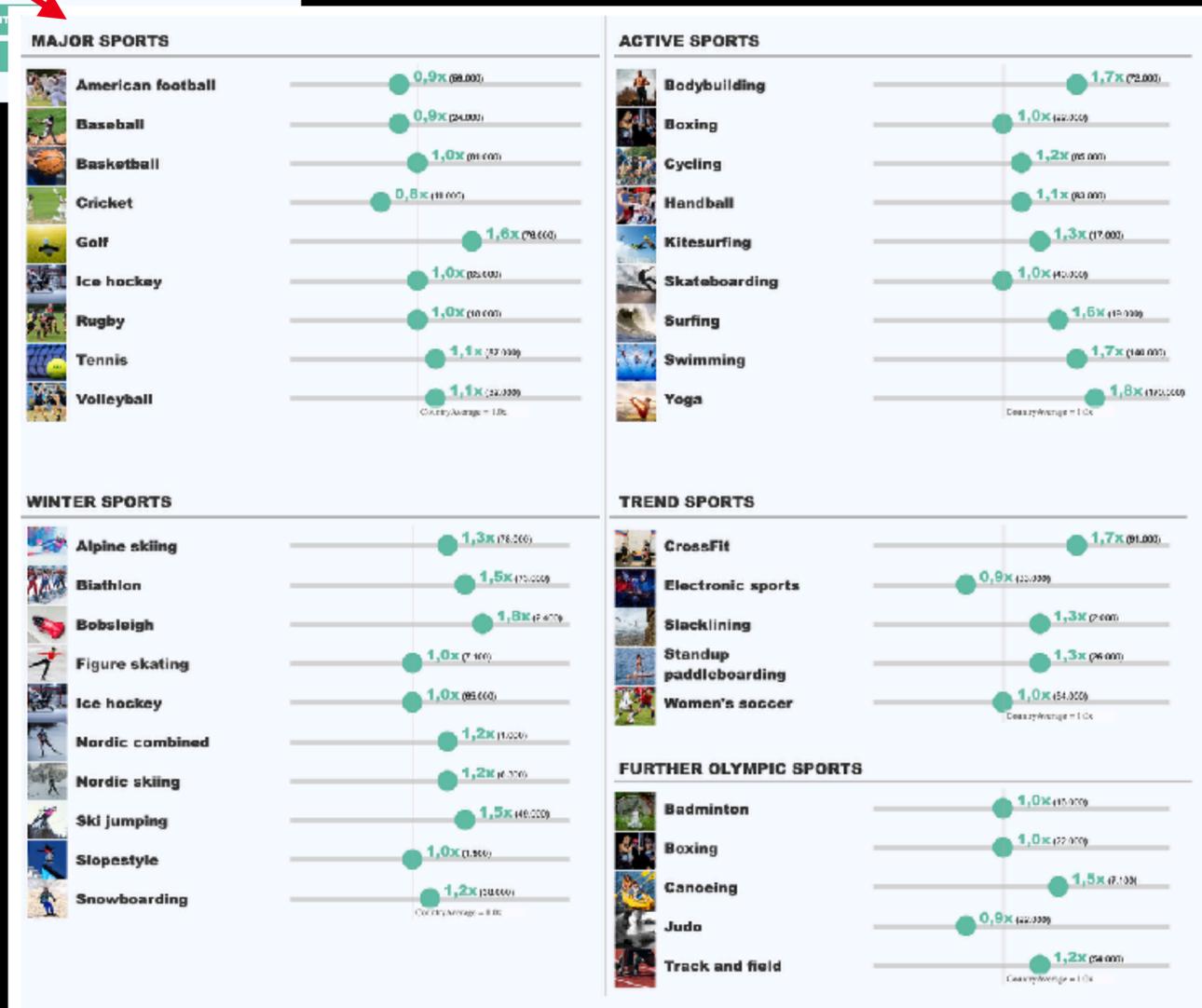


- ▶ Hinter jedem dieser 30 Vertical Spotlights befindet sich ein großes Portfolio an Objekten, die individuell von uns analysiert werden – hier z.B. Home & Household-Themen.
- ▶ Wie sind die Lebensumstände der analysierten Menschen? Nach was sehnen sie sich? Was ist eher Standard?

TRENDS | SUSTAINABILITY | MEDIA CHANNELS | SHOPPING | MERCHANDISE | EMPLOYER BRANDING | ADVERTISING | TOUCHPOINTS | TOP | VERTICALS

VERTICAL SPOTLIGHTS

ACTIVITY & LEISURE	MEDIA	HOME & LIVING
ARTS & CULTURE	BOARD GAMES & GAMBLING	ALCOHOL
AUTOMOTIVE	VIDEO GAMES	NON-ALCOHOL
MOTORCYCLES, BICYCLES AND PUBLIC TRANSPORT	LITERATURE	FOOD TASTE
SPORTS	MOVIES	RESTAURANTS
SPORT EVENTS	TV	HEALTH
TECHNOLOGY & ELECTRONICS	MUSIC	HOME & HOUSEHOLD
TRAVEL & LEISURE	PERSONAL CARE	GARDEN
DESTINATIONS	PERSONAL CARE	KIDS & FAMILY
ACTIVITY & LEISURE	MAKEUP	PETS & ANIMALS
CAREER	BEAUTY TOPICS & TOUCHPOINTS	
FINANCE	FASHION & ACCESSOIRES	
POLITICS & SOCIETY		



- ▶ Hinter jedem dieser 30 Vertical Spotlights befindet sich ein großes Portfolio an Objekten, die individuell von uns analysiert werden – hier z.B. Sports-Themen.
- ▶ Welche Sportarten mögen unsere Interessenten? Was geht gar nicht? Wo lohnt es sich vielleicht, für ein Sponsoring genauer hinzuschauen?

Haben wir dein Interesse geweckt?
Dann lerne uns jetzt persönlich kennen:

Über Sein und Haben

slidebean.

7UP

FOUNDERHUB

UNDERGROUND



CARA
CABA
COSTA RICA





Wir sind Sein & Haben

- ▶ Wir leben in unruhigen Zeiten. **Wir versuchen** mit der Arbeit für unsere Kunden **Verlässlichkeit, Stabilität und Orientierung** zu bieten.
- ▶ **Wir glauben an Vertrauen, Ehrlichkeit und Zusammenarbeit** und arbeiten **immer just-in-time.**
- ▶ **Wir sind agil und unkompliziert** in der Zusammenarbeit.

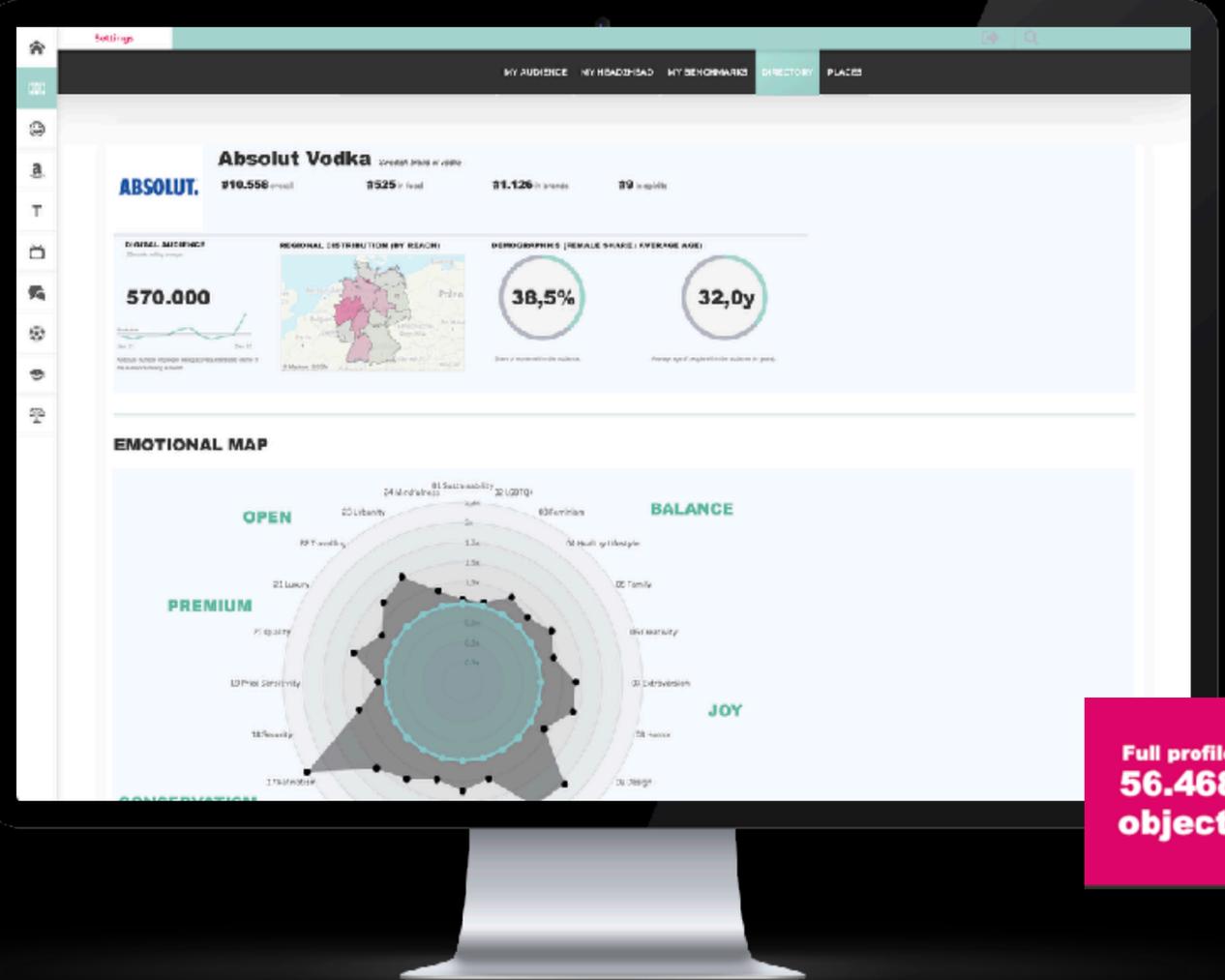


Agentur für Marken-Kommunikation
& digitale Lösungen.

Vom Research bis zur Solution – für unsere Kunden
entwickeln wir **kreative Marken- & Kommunikations-**
Konzepte und kombinieren sie mit **modernsten**
digitalen Lösungen.

Aktuelle Kunden

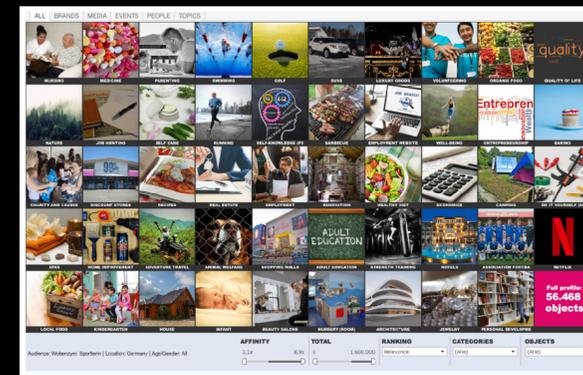


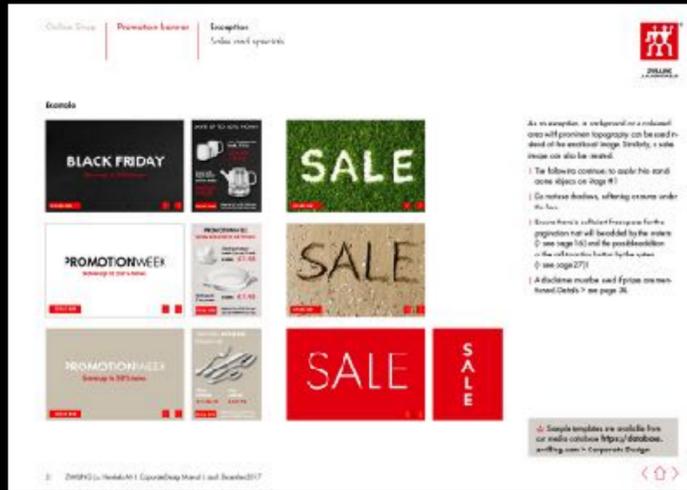


Full profile:
56.468
objects

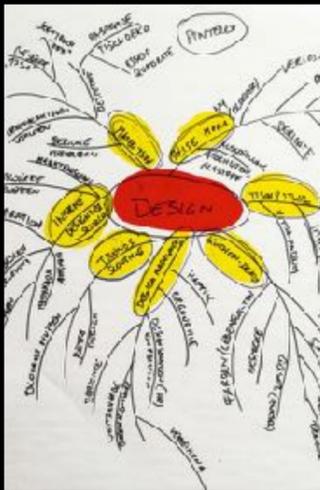
Zielgruppen-Analyse & Brand-Fit-Research

► Audience Intelligence



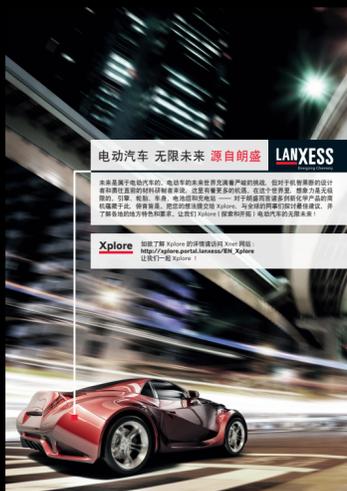


Strategie-Entwicklung



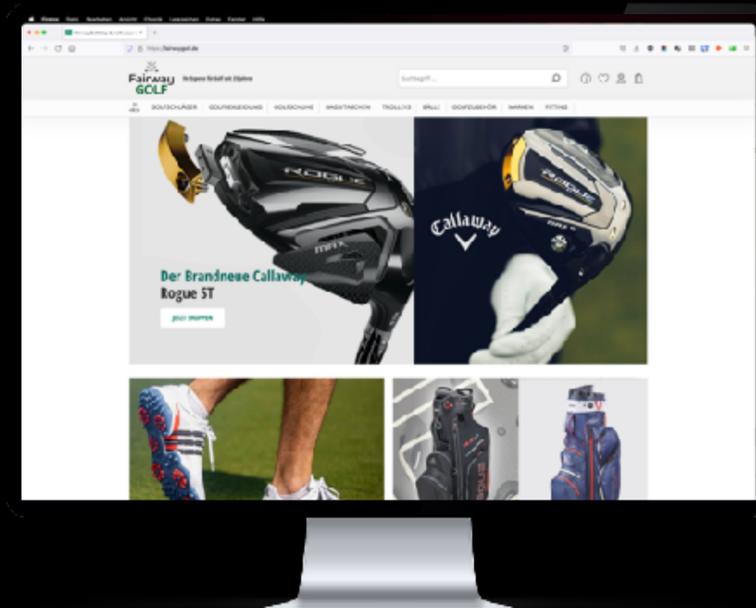
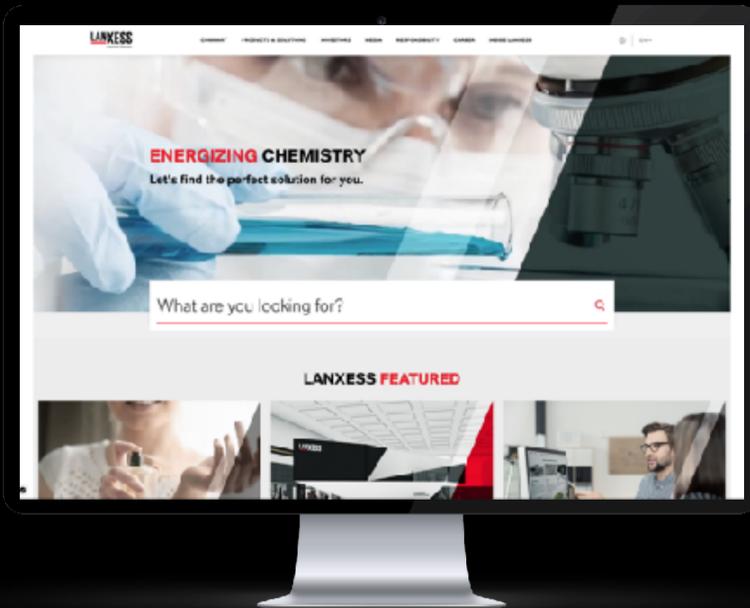
- ▶ Marken-Workshop (Konzept, Entwicklung & Durchführung)
- ▶ Kommunikationsstrategie
- ▶ Marken-Kreation, -Design & -Transformation





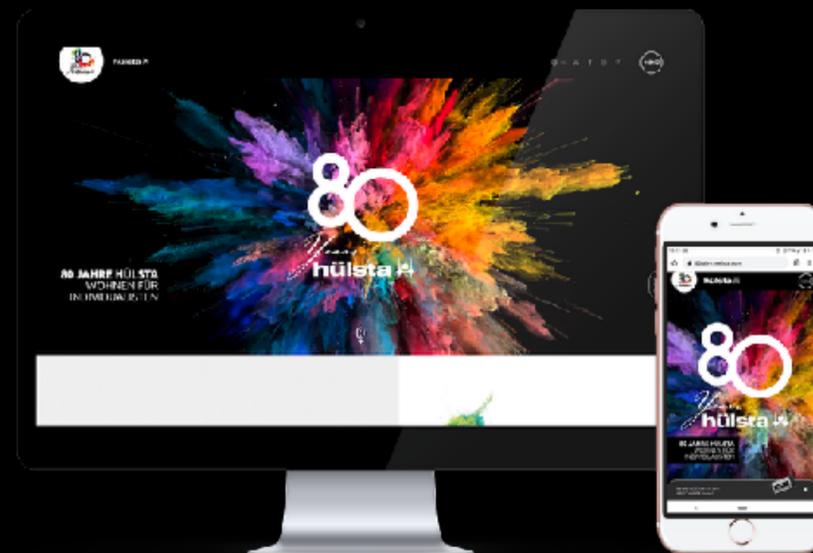
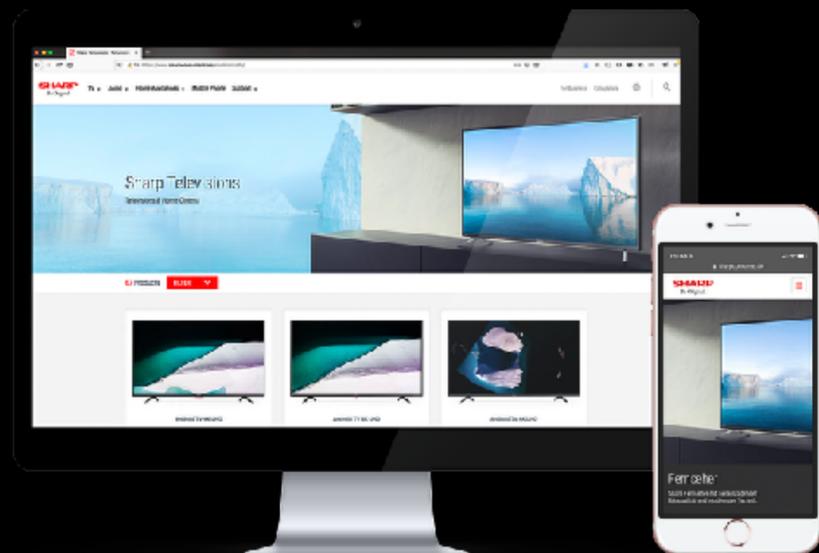
Werbung & Kommunikation

- ▶ **Klassische Kommunikation** (Entwicklung, Shooting, Produktion & Umsetzung von Anzeigen, OOH, Radio, TV)



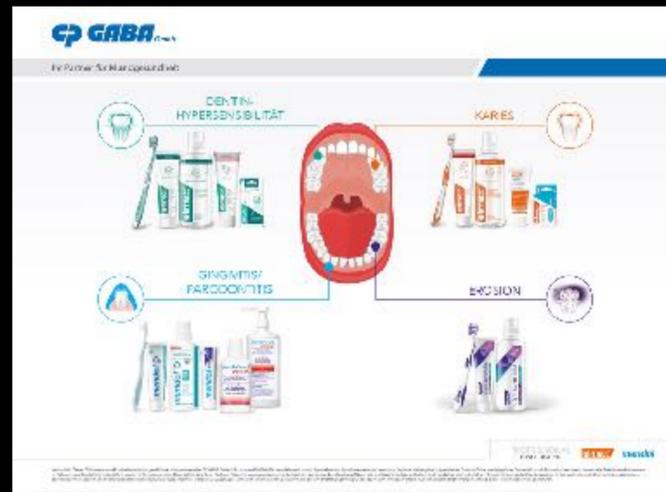
Werbung & Kommunikation

- ▶ **Online Kommunikation**
(Websites, Shops, Kampagnen, Content, SEA)

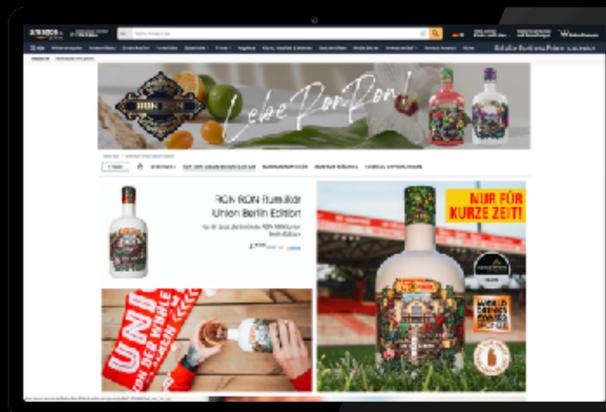
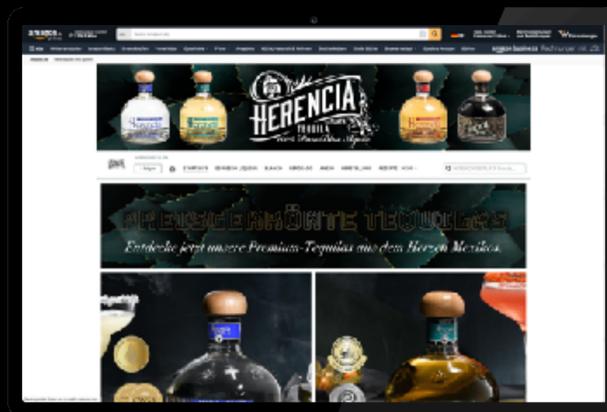




Verkaufsförderung



- ▶ Shopper-, Trademarketing & POS Kommunikation (Konzept, Entwicklung & Umsetzung/Produktion)
- ▶ Retail-Media Kommunikation (Strategie, Konzepte, Mediaplanung & -auspielung für Amazon, Otto etc.)





Vielen Dank für deine Aufmerksamkeit!



Sein und Haben Werbeagentur GmbH
Schanzenstr. 31
51063 Köln
www.sein-und-haben.de



Gordon Kunst, Geschäftsführer
kunst@sein-und-haben.de



Phone: +49 221 94 30 13 11
Fax: +49 221 94 36 13 13