

Predictive Analytics

Ab Anfang kommenden Jahrest startet Brightscope neben Predictive Analytics mit Competitor Evaluation zwei neue Tools für die Mediaplanung.

WIEN. Brightscope, die Plattform zur Planung und Messung von Außenwerbekampagnen, startet ab Jänner 2020 mit „Predictive Analytics“ und „Competitor-Evaluation“ zwei neue Features, basierend auf Künstlicher Intelligenz (KI), speziell für Mediaplaner. Weiters konnte mit der Raiffeisenlandesbank NÖ-Wien ein neuer Großkunde gewonnen werden.

”

Eine ab sofort verfügbare API-Schnittstelle ermöglicht es Mediaagenturen, die Messergebnisse direkt in die Agentursoftware wie z.B. Adverity oder Datorama gespielt zu bekommen.

Manuel Klabacher
Brightscope

“

Der Algorithmus macht's

Mit unserer unabhängigen Online-Plattform können Werbekunden ihre Außenwerbekampagnen in Echtzeit planen und messen; verwendet werden hierfür unter anderem anonymisierte Mobilfunk-Bewegungsdaten sowie automatisiertes Field Research.

„Dank unserer ausgeklügelten Algorithmen, basierend auf über drei Jahren täglichen Datenstreams, kann unsere



© Brightscope (2)

rity oder Datorama gespielt zu bekommen“, so Klabacher.

Mitbewerber-Monitoring

Kunden von Brightscope können zudem ab Jänner 2020 auch die Out-of-Home-Kampagnen der Mitbewerber evaluieren lassen; hierzu zählen Informationen wie und wann der Mitbewerber Außenwerbung platziert, wo er diese platziert, welches Produkt er bewirbt und natürlich wie die Außenwerbekampagnen der Mitbewerber im Vergleich zu den eigenen Kampagnen performen.

Raiffeisen als Kunde

Als großen Neukunden konnte Brightscope aktuell die Raiffeisenlandesbank NÖ-Wien gewinnen, welche mithilfe der Plattform ihre Out-of-Home-Buchungen evaluieren lässt.

„Wir freuen uns, mit der Raiffeisenlandesbank NÖ-Wien den größten Player am heimischen Bankenmarkt als Kunden betreuen zu dürfen. Dies ermöglicht der Raiffeisenlandesbank eine effizientere und effektivere Out-of-Home-Kampagnenplanung“, zeigt sich Manuel Klabacher erfreut.

Nähere Infos zum Tool unter:
www.brightscope.io

Zugewinn

Als großen Neukunden konnte Brightscope die Raiffeisen Landesbank NÖ-Wien gewinnen.

Brightscope-Plattform valide Auskunft über die Performance von geplanten zukünftigen Out-of-Home-Kampagnen geben“, erklärt Manuel Klabacher, Geschäftsführer von Brightscope.

Eine ab sofort verfügbare API-Schnittstelle ermöglicht es Mediaagenturen außerdem, die Messergebnisse direkt in die Agentursoftware wie z.B. Adve-

