



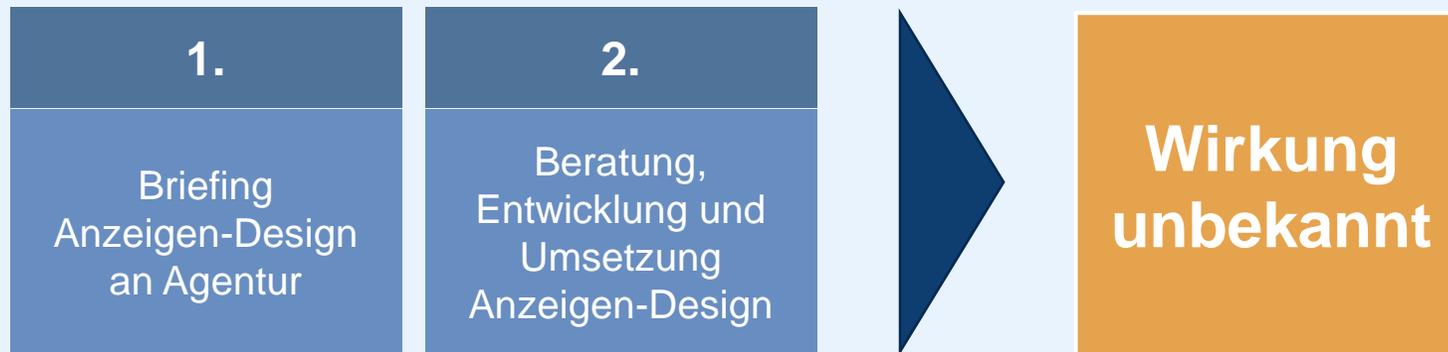
Wir steigern die Performance Ihrer LZ-Anzeige

g/d/p **AnzeigenScorer**

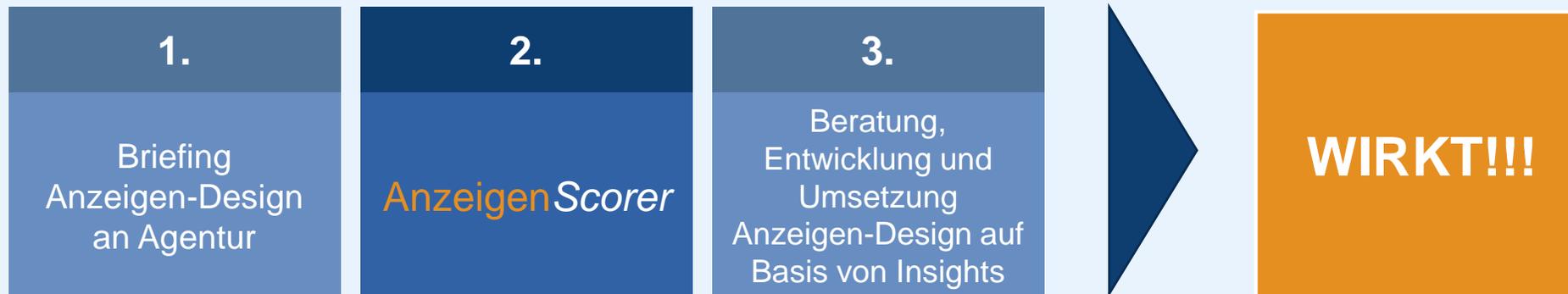
JULI 2023

Print wirkt! Mit dem g/d/p **AnzeigenScorer** (KI-Tool)

Umsetzung ohne **AnzeigenScorer**



Umsetzung mit **AnzeigenScorer**



Steigern Sie die Performance Ihrer LZ-Anzeigen mit Hilfe des g/d/p **AnzeigenScorer** (KI-Tool)

Steckbrief:



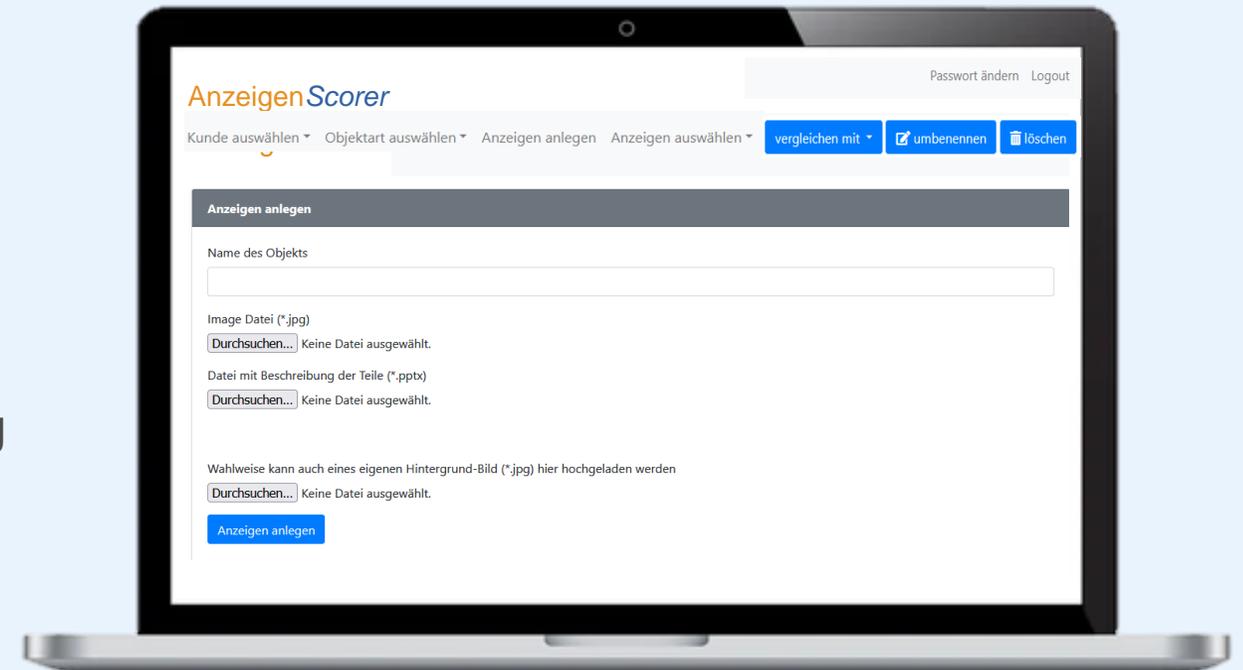
Einzigartiges Tool zur Wahrnehmung und Performancesteigerung von Anzeigen



Basis sind 50.000 Eye Trackings sowie umfangreiche Experten-Erkenntnisse zum Blickverlauf bei Anzeigen



KI-Tool liefert **schnelle** und **kostengünstig** Insights als Basis für die Optimierung Ihrer Anzeigen



Sofortige Erkenntnisse, belegte Insights zur Aufmerksamkeitssteigerung Ihrer LZ-Anzeigen

Belegte Insights:

- **Hot-Spots:** Wo sind die Eye-Catcher der Anzeige?
- **Blickverläufe:** In welcher Reihenfolge wird die Anzeige betrachtet?
- **Visibility-Leistung:** Wie verteilt sich die Aufmerksamkeit auf die Anzeigen-Komponenten?
- **Benchmark-Vergleich:** Wie hoch ist die Aufmerksamkeitsleistung im Vergleich zum Anzeigen-Scorer Benchmark?



Unsere Experten wissen um die Erfolgsfaktoren von Anzeigen und bringen Ihre LZ-Anzeigen auf ein neues Level

2 | **KOMMENTAR** | 26. Mai 2012

Inhalt

- MARKT
- 4 Schweiz: Kaufkraft wächst stärker als LPI
- 6 Commerce: AdWords ist in Deutschland weniger beliebt
- 8 Edeka: Nordbayern investiert in neues Marketing
- 10 Ochs: Kerosin schließt viele Zentren
- INDUSTRIE
- 12 Jost: Soßen, Bismarck-Grüder steigt um die Führung an
- 14 Caracul: Neue Konzepte mit dem Markt
- 16 Nordcar: Kerosin verdrängt Diesel
- RECHT & POLITIK
- 18 Kalkül: Fortschreibung des Umsatzes
- 20 Ochs: von Bismarck: Neuzugang
- 22 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- RECHT & POLITIK
- 22 Freizeitspenden: Neue Freizeitspenden
- 24 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 26 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- JOURNAL
- 28 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 30 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 32 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 34 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 36 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 38 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 40 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 42 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 44 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 46 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 48 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 50 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 52 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 54 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 56 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 58 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 60 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 62 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 64 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 66 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 68 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 70 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 72 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 74 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 76 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 78 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 80 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 82 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 84 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 86 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 88 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 90 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 92 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 94 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 96 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 98 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 100 Kalkül: Anbieter positioniert sich

Attention-Power-Index 77

Kartellamt schlägt neue Töne an

GEBÜNDELTES HANDELSWISSEN

MARKETPLACE

KLARER MARKTLEITER

STARKE WERTSCHÖPFUNG

PREMIUM POS-PLATZIERUNG

g/d/p cosmetic

PROFITIEREN SIE VOM WACHSTUMSTREND WELLNESS

NEU!Jetzt bestellen!

g/d/p cosmetic

apple orange raspberry

KLARER MARKTLEITER

STARKE WERTSCHÖPFUNG

PREMIUM POS-PLATZIERUNG

g/d/p cosmetic

2 | **KOMMENTAR** | 26. Mai 2012

Inhalt

- MARKT
- 4 Schweiz: Kaufkraft wächst stärker als LPI
- 6 Commerce: AdWords ist in Deutschland weniger beliebt
- 8 Edeka: Nordbayern investiert in neues Marketing
- 10 Ochs: Kerosin schließt viele Zentren
- INDUSTRIE
- 12 Jost: Soßen, Bismarck-Grüder steigt um die Führung an
- 14 Caracul: Neue Konzepte mit dem Markt
- 16 Nordcar: Kerosin verdrängt Diesel
- RECHT & POLITIK
- 18 Kalkül: Fortschreibung des Umsatzes
- 20 Ochs: von Bismarck: Neuzugang
- 22 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- RECHT & POLITIK
- 22 Freizeitspenden: Neue Freizeitspenden
- 24 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 26 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- JOURNAL
- 28 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 30 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 32 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 34 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 36 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 38 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 40 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 42 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 44 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 46 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 48 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 50 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 52 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 54 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 56 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 58 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 60 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 62 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 64 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 66 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 68 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 70 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 72 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 74 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 76 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 78 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 80 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 82 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 84 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 86 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 88 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 90 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 92 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 94 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 96 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 98 Kalkül: Anbieter positioniert sich
- 100 Kalkül: Anbieter positioniert sich

Attention-Power-Index 124

Kartellamt schlägt neue Töne an

GEBÜNDELTES HANDELSWISSEN

MARKETPLACE

KLARER MARKTLEITER

STARKE WERTSCHÖPFUNG

PREMIUM POS-PLATZIERUNG

g/d/p cosmetic

PROFITIEREN SIE VOM WACHSTUMSTREND WELLNESS

NEU!

g/d/p cosmetic

apple orange raspberry

KLARER MARKTLEITER

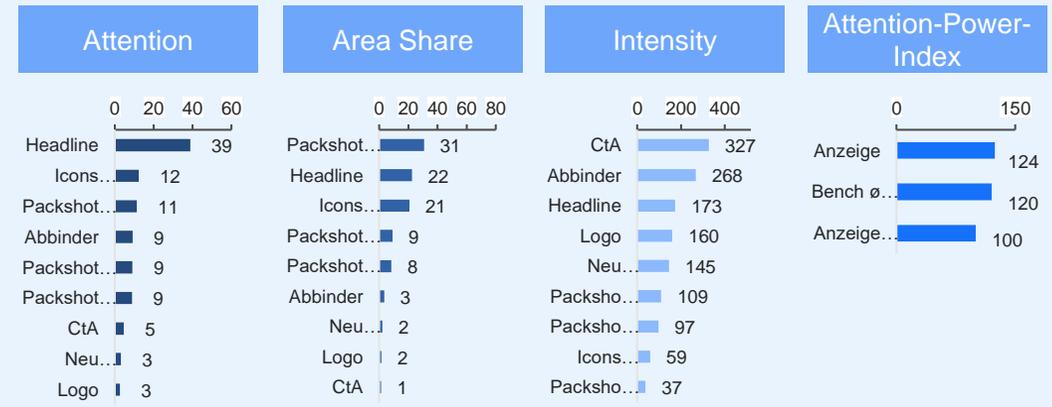
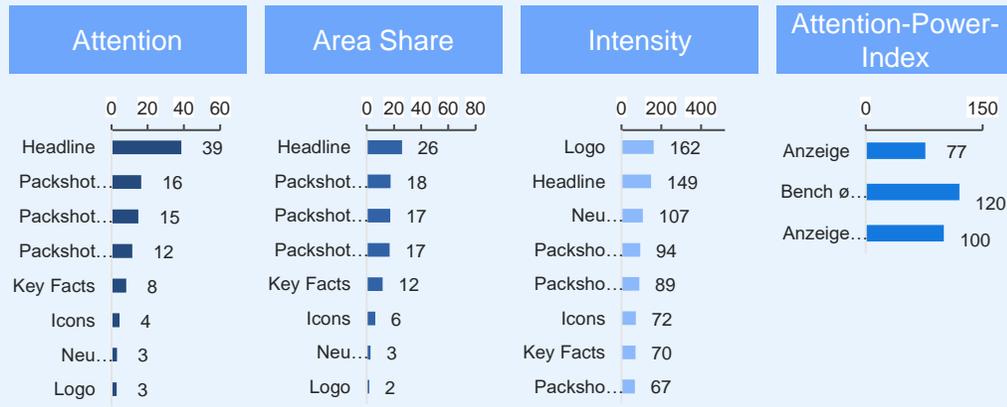
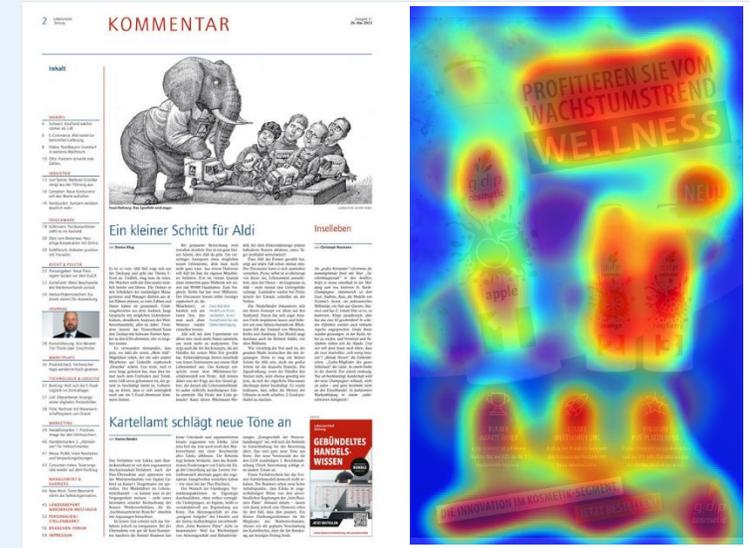
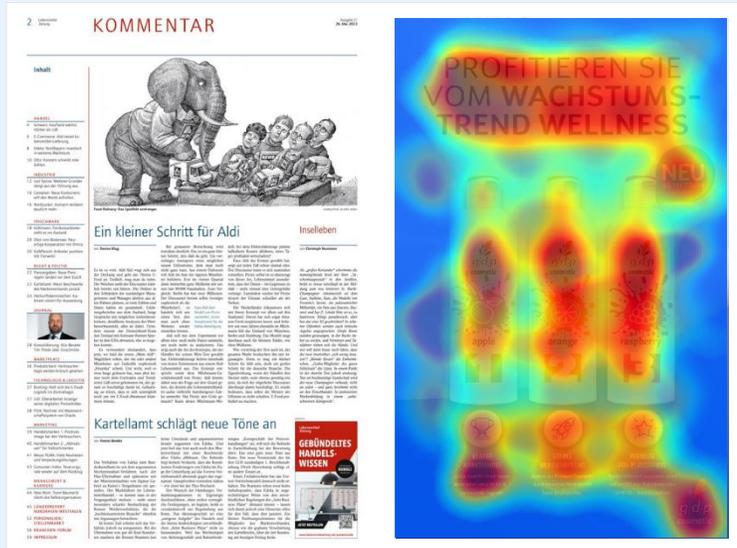
STARKE WERTSCHÖPFUNG

PREMIUM POS-PLATZIERUNG

g/d/p cosmetic

DIE INNOVATION IM KOSMETIK-SEGMENT. JETZT BESTELLEN!

Auswertungsbeispiele: g/d/p **AnzeigenScorer** (KI-Tool)



Timing und Kosten: g/d/p **AnzeigenScorer**

- 1**
Durchführung AnzeigenScorer durch g/d/p
Kosten: 800€ pro Anzeige
- 2**
Durchführung AnzeigenScorer durch g/d/p mit **Vorteilskarte**
Kosten: 700€* für 10 Anzeigen (*pro Anzeige)
- 3**
Eigene Tool-Nutzung mit **Flatrate**
Auf Anfrage!*

**Timing:
1 Woche
pro Anzeige
(ohne Optimierungs-Support)**

Optional: g/d/p Optimierungs-Support: Analyse, Handlungsableitung und grafische Optimierung mit erneuter Prüfung**

Kosten: 2.000€, Timing: 2-3 Wochen

*Abhängig von Anzeigen Anzahl und Umfang

**Inkl. Anzeige in mehreren Varianten, 3 Abstimmungsschritte und Reinzeichnung.



Janine Gerdes
Sen. Shopper Marketing Consultant

Tel.: +49(0) 40-298 76-167
Mail: gerdes@gdp-group.com



Marco Follmann
Business Development Director

Tel.: +49(0) 40-298 76-120
Mail: follmann@gdp-group.com

g/d/p Marktanalysen GmbH
Ein Unternehmen der Forschungsgruppe g/d/p
Richardstraße 18
22081 Hamburg
<https://www.gdp-group.com>