

Pressemitteilung 003

Placedise 2.0 veröffentlicht. Die Wirkung von Product Placement datenbasiert simulieren und optimieren – so einfach wie noch nie.

Die neue Placedise Software ermöglicht nicht nur die Simulation und damit Vorhersage von Werbewirkung, sondern ist auch ein umfassendes Management-Werkzeug für Product Placement in einer digitalen, datengetriebenen Marketingwelt.

Mit Predictive Analytics geht seit einiger Zeit ein Begriff um die Welt, welcher nicht weniger als eine digitale Kristallkugel verspricht. Er beschreibt das Verfahren, über eine komplexe Analyse historischer Daten die Zukunft zu prognostizieren. In den meisten Fällen soll im Rahmen dessen das wahrscheinliche Verhalten von Menschen bestimmt werden.

Mit Placedise erhält jeder die Möglichkeit, die Wirkung von Product Placement auf die jeweilige Zielgruppe nach diesem Verfahren zu simulieren. Hierdurch ist es nicht nur möglich Erfolg zu prognostizieren, sondern auch gezielt zu optimieren und die finalen Ergebnisse hierüber zu bewerten. Placedise ist aber noch viel mehr.

Nach der Vorstellung des ersten Prototyps im Mai 2014 wurden umfassende Gespräche und Workshops mit zahlreichen Experten und Unternehmen aus allen Bereichen der relevanten Branchen geführt. Die hierdurch gewonnenen Erkenntnisse wurden im Anschluss in die 2. Version der Placedise-Software überführt, um sicherzustellen, dass das System eben auch den Anforderungen der Praxis Stand hält.

Konkret handelt es sich bei Placedise mittlerweile um ein Projektmanagement-Tool zur Planung, Steuerung, Optimierung und Messung von Product Placement. Durch die Berechnungen des zugrunde liegenden Algorithmus mitsamt der umfassenden Datenbasis, unterstützt Placedise in nahezu allen Bereichen der Umsetzung von Produktplatzierungen – sei es bei der Erhebung relevanter Daten zur Zielplanung, der Evaluation von ersten Ideen, als Unterstützung bei Verhandlungen oder der Erfolgsmessung im Anschluss an eine Integration.

Damit all dies funktioniert, kombiniert die Software die Ergebnisse aus über 500 wissenschaftlichen Untersuchungen und vergleicht dieses Cluster mit dem jeweiligen Projekt des Nutzers. Man kann sich dies als eine Abfolge von Gedankengängen vorstellen, die ineinander verschachtelt sind. So führt ein prominent platziertes Produkt etwa zu besseren Erinnerungs-Werte, was allerdings auch zu negativen Einstellungs-Werten führen kann – allerdings nur unter bestimmten Voraussetzungen. Placedise berücksichtigt aktuell $6,2 \times 10^{87}$ Kombinationen von Parametern und prüft diese in einer Vielzahl von derartigen Gedankengängen. Eine Aufgabe, bei der sich der Mensch alleine schnell einmal verrechnet.

Die Software ist ab sofort als so genannte Software as a Service auf www.placedise.de nutzbar und kann kostenfrei und unverbindlich für 48h getestet werden.

In Zukunft soll insbesondere die Projektmanagement-Funktionalität weiter ausgebaut werden, wobei vor allem die Wünsche und Bedürfnisse der aktiven Nutzer im Fokus stehen.

07. Juli 2015

Pressekontakt

Jens Kürschner

j.kuerschner@placedise.de

+49 171 8267260

Jens Kürschner ist Geschäftsführer der Placedise GmbH. Er hat an der University of California Los Angeles (UCLA) und der Universität Bayreuth studiert, wo er auch intensiv die unterbewussten Effekte von Product Placement erforscht hat. Placedise ist eine auf Basis dieser Forschung entwickelte Software, die unter anderem in der Lage ist, die Werbewirkung von Product Placement zu simulieren und gezielt zu optimieren. Weitere Informationen finden Sie unter www.placedise.de.

Besuchen Sie auch unseren Pressebereich unter www.placedise.de/presse/, wo Sie unter anderem verwendbare Fotos und Logos zum Download finden.