

MATAS SER HELT NYE MULIGHEDER MED PROGRAMMATISK DIGITAL OUTDOOR

Endelig er programmatisk indkøb af digital outdoor en realitet hos landets største udbyder, AFA Decaux, med Matas ombord som allerførste kunde. En stigende efterspørgsel fra både ind- og udland efter programmatisk indkøb i AFA Decaux' digitale netværk i Danmarks største byer og på DSB-stationerne, har sat skub i lanceringen af de nye muligheder. Fremover bliver det langt mere fleksibelt og effektivt for annoncører at indkøbe og afvikle digitale kampagner i realtid, og forventningerne til potentialet er stort.

Programmatisk indkøb er ikke et nyt begreb. Annoncørerne kender det allerede godt fra bl.a. online-kampagner, og det er i bund og grund de samme principper, som bruges i programmatisk digital outdoor (prDOOH). Den direkte adgang gør det langt nemmere at indkøbe, planlægge og eksekvere på digitale outdoor-kampagner end tidligere. Annoncørerne kan fremover selv sidde helt fremme i cockpittet og orkestrere alle kanalerne selv.

For Danmarks førende retailer inden for beauty og helse, Matas, er der klare fordele ved at indkøbe digital outdoor programmatisk.

"Som en af de førende omnichannel-retailere er det afgørende for os at engagere vores målgrupper gennem en bred vifte af medier og platforme. Derfor arbejder vi konstant på at forbedre vores agilitet og effektivitet i markedet. Med de nye programmatiske muligheder fra AFA Decaux kan vi præcist udvælge specifikke placeringer og tidsrum i de største byer baseret på AFA Decaux' realtidsdata.

Dette giver os ikke kun mulighed for at optimere præcisionen og give større gennemsigtighed i vores annonceindkøb, men også for at aktivere indhold baseret på tredjepartsdata. På denne måde kan vi maksimere relevansen af vores DOOH-kampagner og sikre et stærkere budskab til vores målgrupper," forklarer Matias Brandt, Display & Online Video Specialist i Matas.

AFA DECAUX
TLF. 36 34 24 00
INFO@AFADCAUX.DK

AARHUS
SØNDER ALLÉ 12
8000 AARHUS C

KØBENHAVN
FREDERIKSBORGGADE 15. 9. SAL
1360 KØBENHAVN K

HVIDOVRE
STAMHOLMEN 111N
2650 HVIDOVRE

AFADCAUX.DK

På denne måde kan vi maksimere relevansen af vores DOOH-kampagner og sikre et stærkere budskab til vores målgrupper," forklarer Matias Brandt, Display & Online Video Specialist i Matas.

Matas indkøber deres programmatisk digitale outdoor via Adform, som er en af de mest anerkendte omnichannel-DSP'ere herhjemme. Country Manager i Adform, Allan Olesen, fortæller følgende om samarbejdet med Matas og AFA Decaux:

"Vi er spændte på de nye muligheder, der nu åbner sig i Danmark. Med AFA Decaux' indtræden på det programmatisk marked har vores kunder nu mulighed for at få let adgang til premium placeringer i de største danske byer. Og med Matas' massive tilstedeværelse i netop de byer, glæder vi os til at bringe digital outdoor i spil på vores platform, Adform FLOW, over for et af Danmarks førende omnichannel brands, Matas, og for vores andre kunder".

Ny og sikker digital valuta har banet vejen for det programmatisk

Udrulningen af de programmatisk muligheder har været undervejs i noget tid. En del af ventetiden kan tilskrives, at AFA Decaux har introduceret en ny og solid, datadrevet digital valuta – Viewed Impressions. Valutaen har været en forudsætning for at kunne tilbyde markedet et veldokumenteret programmatisk indkøb, så indkøberne kan få præcise data på udsving i impressions-niveauer dag for dag, time for time. Det betyder dermed et endegyldigt farvel til den forældede Share-of-Time (SOT), som ikke siger noget om, hvor mange personer, der ser en kampagne.

"Vi har set frem til endelig at kunne trykke på knappen til det programmatisk, da vi igennem længere tid har oplevet massiv interesse fra ind- og udland. Det skyldes især de mange muligheder, som annoncørerne får via vores digitale flader i de største danske byer inkl. indre København, Frederiksberg, Aarhus, Aalborg og på DSB-stationerne i hele landet", fortæller Commercial Director, hos AFA Decaux, Michael Barfoed.

Ingen begrænsninger på inventory

Hos AFA Decaux bliver der ingen begrænsninger på de programmatisk muligheder, så alle annoncører kan få tilstrækkelig dækning på de bedste placeringer. Alt premium digitalt inventory vil i princippet være tilgængeligt for annoncørerne, og de bestemmer selv, om de vil købe et helt netværk eller blot en enkelt skærm på en bestemt placering i et bestemt tidsrum.

Der bliver rig mulighed for at udforske det store potentiale, der ligger i dynamisk parameterstyring og kontekstuelle kampagner, hvor fx tid, vejr, temperatur, UV-indeks eller nedtælling bliver styrende for, hvornår kampagner bliver vist på en skærm. Jo højere relevans, jo mere modtagelige er målgruppen.

Klassiske dækningsmedier taber terræn

Generelt har outdoor som kategori været på en vækstrejse det seneste årti, til trods for et ellers hårdt presset mediemarked, hvor klassiske dækningsmedier som fx TV og print har tabt mere og mere terræn og dækning. En dækning, som outdoor stadig formår at give som massemedie.

Væksten kan i høj grad også tilskrives den teknologiske udvikling inden for digital outdoor (DOOH) samt en massiv udvidelse af digitale netværk på gadeniveau, så man nu kan ramme op til 36%* af danskerne på en uge via AFA Decaux' digitale placeringer. De nye programmatisk muligheder forventes at accelerere hele DOOH-væksten.

Danmark og København på verdenskortet

AFA Decaux er en del af det globale JCDecaux med en tilstedeværelse i over 80 lande. Derfor har JCDecaux det mest connectede programmatisk digitale netværk i verden via VIOOH, som er den førende globale SSP (Supply Side Platform). Med tilføjelsen af Danmark som programmatisk land, får internationale annoncører direkte adgang til at skabe digitale outdoor-kampagner målrettet danskerne – helt uden friktion og begrænsninger. Og ingen kan vist være utilfredse med, at Danmark og nok særligt København for alvor bliver sat på verdenskortet.

*) Kantar Gallup (Rejsevaneundersøgelsen 2021)

Kontakt for yderligere informationer:

Michael Barfoed, Commercial Director, AFA Decaux
Tlf.: +45 53 74 08 04

Esben Hørning Spangsege, Head of Alpha, Digital Development, AFA Decaux
Tlf.: +45 29 89 55 60

Fakta om Programmatic Digital-Out-Of-Home (prDOOH)

Det automatiserede indkøb og salg af digitale out-of-home reklameplaceringer, som typisk bliver handlet i realtid via auktion baseret på databaserede beslutninger.

SSP = Supply Side Platform
DSP = Demand Side Platform