

Programmatic showcase

» Alina Cosmetics

Agentur: SlopeLift

KAMPAGNE

Store-Eröffnung im Steffl



HERAUSFORDERUNG

Der Standort im Steffl-Gebäude am Stephansplatz erschwert präzises GPS-Tracking. Fokus auf Awareness statt reinem Klick-Tracking. Durch das enge Zeitfenster war maximale lokale Sichtbarkeit um den Eröffnungstermin erforderlich.



ZIEL

Die Bekanntheit der Store-Eröffnung im unmittelbaren Umfeld steigern. Nicht nur Klicks, sondern einen messbaren Footfall mit realen Ladenbesuchen generieren.



LÖSUNG

Umsetzung durch einen Cross-Channel-Ansatz mit Hyperlocal Mobile Targeting (100-Meter-Geofence rund um den Steffl, Mobile-only, Footfall-Messung auf Premium-Inventar) und Programmatic DOOH auf Screens in der unmittelbaren Umgebung mit Schwerpunkt U-Bahn-Station Stephansplatz.

gewista



ZIELGRUPPE

- Passant:innen & Pendler:innen im 1. Wiener Bezirk in unmittelbarer Nähe des Steffl



PRODUKT

- Stationärer Store



AKTIVIERTE KANÄLE

- Mobile Programmatic
- DOOH (U-Bahn-Screens)



[Hier zum Video](#)

Programmatic showcase

» Ergebnisse der Kampagne

Die Kampagne erreichte im Umfeld des Stephansplatz eine überdurchschnittliche Sichtbarkeit der Store-Eröffnung: Der kombinierte Einsatz von Hyperlocal Mobile und Programmatic DOOH verankerte die Marke im Alltag der Passant:innen und Pendler:innen rund um den Steffl, während die Mobile-Maßnahmen das geplante Kontaktziel klar überschritten. Besonders wirksam erwies sich die Präsenz an der U-Bahn-Station Stephansplatz, die als zentraler Verkehrsknotenpunkt die Eröffnungsbotschaft direkt im unmittelbaren Umfeld des neuen Stores platzierte.

213.520

Impressions über Hyperlocal Mobile und Programmatic DOOH

30.721

Impressions am stärksten Einsatzort
(U-Bahn-Station Stephansplatz)

100,39%

Hyperlocal Mobile Impressions erreicht
(115.002 Impressions)

