Presseinformation

DSV optimiert Content-Angebot mit sentibar: 118 Prozent höhere Aufmerksamkeit für die Inhalte von Werbebildschirmen

Bielefeld, 10.01.2020 – Seit dem 1. Januar 2020 baut der Deutsche Sparkassenverlag (DSV) sein Content-Angebot weiter aus. Über 200 deutsche Sparkassenfilialen erhalten für die PoS- und Schaufenster-Bildschirme die werbewirksam aufbereiteten Umfrageergebnisse von sentibar.

Umfrageergebnisse sind für die meisten Menschen besonders interessant. Ganz automatisch gleichen wir beim Lesen von populären Umfrageergebnissen die Meinungen anderer mit der eigenen Sichtweise ab. In Kombination mit einer Darstellung, die optimal für Digital Signage gestaltet ist, werden signifikant mehr Blicke durch die Einbindung von aktuellen Umfrageergebnissen auf die Werbebildschirme gelenkt. Die Aufmerksamkeit des Betrachters für die dargestellten Inhalte steigt.

Die Kreissparkasse Esslingen-Nürtingen hat in mehreren Tests diese These überprüft. Die erzielten Ergebnisse vor Ort bestätigen die positiven Effekte:

Das Interesse für die Bildschirminhalte konnte durch die Ergänzung von sentibar-Content um 118 Prozent gesteigert werden.

In schnellen Passagesituationen führt sentibar-Content dazu, dass sich 3,3-mal mehr Menschen an die gezeigten Inhalte erinnern können.

Im Wartebereich konnten sogar 4,7-mal mehr Besucher konkrete Werbeinhalte der Sparkasse wiedergeben, sobald die Sendeschleife auch Umfrageergebnisse enthielt.

Für wichtige Kampagnen empfiehlt sich daher eine Werbeverknüpfung mit sentibar-Sequenzen: Dabei wird ein Umfrageergebnis mit einer nachfolgenden Werbebotschaft thematisch in Verbindung gebracht. Das Ergebnis: maximale Aufmerksamkeit.

Franziska Herb, Produktmanagerin PoS-Content, Sparkassen-Finanzportal GmbH, über die Wirkungsweise des neuen Angebots: „Wir sehen darin eine große Chance, die vertrieblichen Sparkassenthemen mit den privaten Interessen unserer Kunden zu verknüpfen. Durch die Anreicherung mit

Umfrageergebnissen erzielen wir noch mehr Aufmerksamkeit für Schaufenster-Kampagnen und die DSV-Lösung ‚PoS-Content'. Das neue Angebot bietet eine wichtige Ergänzung, um die volle Wirkkraft des Mediums Digital Signage auszuschöpfen."

Über sentibar
Aktuelle repräsentative Umfrageergebnisse, online zugänglich an einem Ort, umfassend, übersetzt und angemessen aufbereitet: Ein solcher Zugang zu Meinungen, Stimmungen und Trends ist für Entscheidungsträger, Medien, Kommunikatoren und die interessierte Öffentlichkeit von großem Wert. sentibar zentralisiert deshalb über Big Data und Intelligente Algorithmen die Ergebnisse der gesamten repräsentativen Meinungsforschung in einer großen Datenbank und eröffnet so den Zugriff auf die attraktivsten Umfrageergebnisse, wenn es darum geht, ein breites Publikum zu erreichen oder stimmungsgetriebene Entwicklungen zu beurteilen. Ein weiterer Nutzen für die verarbeiteten Umfrageergebnisse ist die werbliche Nutzung. Als Content-Provider für Digital Signage und Digital out of Home (DOOH) bereitet sentibar die interessantesten Umfrageergebnisse zu aktuellen, populären Themen informativ auf und liefert sie direkt auf digitale Informations- und Werbebildschirme. So unterstützt sentibar Betreiber und Vermarkter von Info-Screens dabei, Aufmerksamkeit für Bildschirme zu steigern und die Wirksamkeit von Werbung durch eine intelligente Verknüpfung mit relevanten Inhalten zu erhöhen.

Kontakt:
Marco Sussiek
Geschäftsführer und Gründer
Phone: +49 (0) 160 799 79 77
eMail: m.sussiek@sentibar.com
Web: www.sentibar.com

sentibar UG (haftungsbeschränkt)
Obernstraße 44
33602 Bielefeld