

The logo for d3con, featuring the text "d3con" in white lowercase letters inside a teal rounded rectangular shape with a small tail pointing downwards and to the left.

d3con



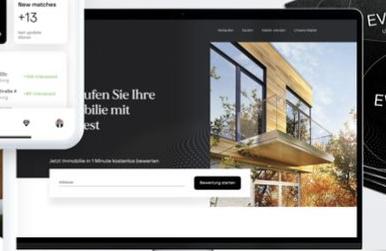
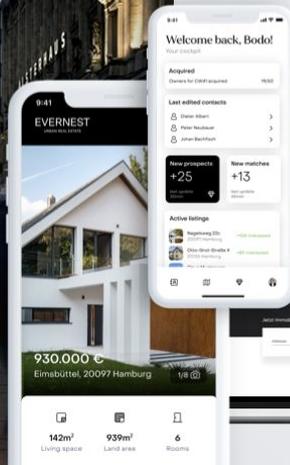
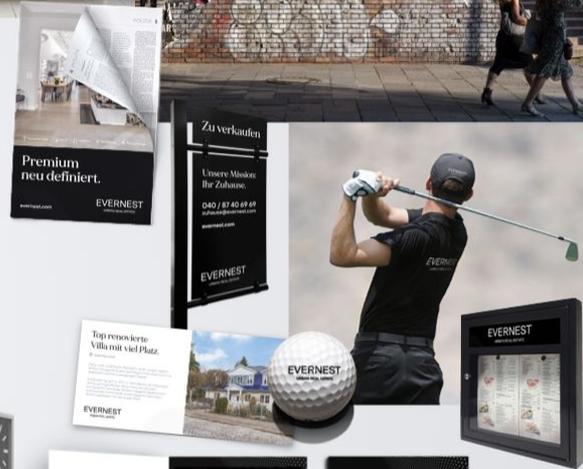
EVERNEST

URBAN REAL ESTATE



EVERNEST

URBAN REAL ESTATE



Warum DooH für Evernest?

Evernest Target Groups

Käufer



Fokus: ●
Zielgruppengröße: ●●●
Online Affinität: ●●●

Makler



Fokus: ●●
Zielgruppengröße: ●●
Online Affinität: ●●

Verkäufer



Fokus: ●●●
Zielgruppengröße: ●
Online Affinität: ●

Lower
Funnel

Upper
Funnel

Makler Recruiting gemeinsam mit Hygh

Hygh DooH Case Key Facts

Kampagnen Ziel

- Recruiting Kampagne am POS in der Nachbarschaft

Kampagnen Setup

- Stadt / Region: Hamburg + Berlin
- Laufzeit 14 Tage
- Flächen: 200 Stück pro Standort
- 40 % Zeit Ausspielung auf den Flächen

Zielgruppe

- Menschen in der Nachbarschaft

Ergebnisse

- Eigene Landingpage und Kampagnen URL für die jeweiligen Flächen



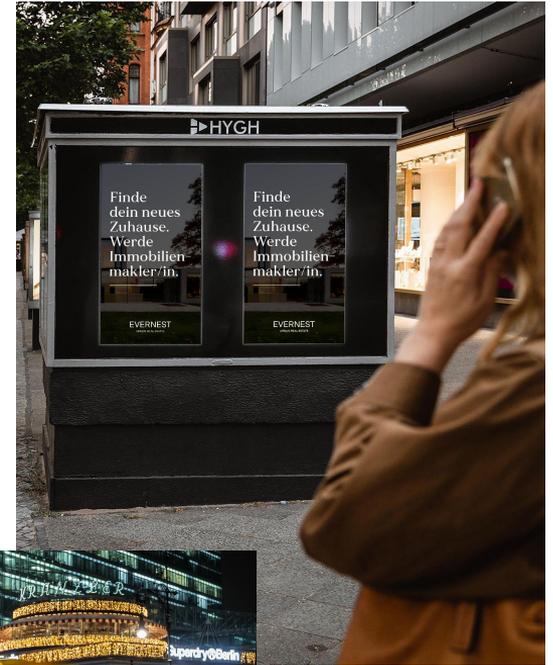
Thema oder Kapitel

DOOH KPIs Evernest / Why DOOH?

- Flächen: **200**
- Reichweite: **18.0 Mio. Kontakte**
- Tägliche Ausspielungen: **453.600**
- Auslastung: **40 %, ganztags (1,440 Wdh./Stunde)**
- Länge des Werbespots: **10 Sek. pro Spot**
- Landingpage Aufrufe: **639**
- Leads: **4**

Fazit

Digital OOH ermöglicht uns in den Nachbarschaften tätig zu sein. Perfekt in großen Metropolen durch Screen Reichweiten. HYGH hat sich hier als perfekter Partner dafür angeboten um einen Recruiting Case für uns schaffen.



EVERNEST

Ausblick

Performance Kampagnen zur
Unterstützung der DOOH Kampagne
über die Google Marketing Plattform

Programmatischer Einkauf DOOH

Evaluation und Integration
programmatische DSPs für den
DOOH