



RAPID

Besseres Targeting dank Userinformationen in Echtzeit

Für Transparenz und Qualität im Online-Advertising

RAPID steht für «Realtime API Dataset». Der RAPID-Datensatz ermöglicht es, via einer Schnittstellenverbindung (API) fehlende oder bestehende Userprofile sowie Predictions in Echtzeit mit segmentierten Userinformationen aus dem WEMF-Datensatz anzureichern.

Dabei werden Nutzerprofile vollständig automatisiert mit aktuellen Daten ergänzt, was eine iterative Aktualisierung und Verfeinerung der Profile ermöglicht.

Dies eröffnet Publishern und Vermarktern eine Vielzahl von Möglichkeiten, die Profile der Online-Nutzerschaft präziser zu gestalten und sowohl Inhalte als auch Werbung auf Online-Plattformen gezielter auszuspielen.

- **Topaktuell:** RAPID greift in Echtzeit auf die aktuellen Daten der MACH-Studien zu und ergänzt Nutzerprofile «on the fly».
- **Umfassend:** Der Datensatz umfasst alle bekannten Variablen der MACH-Studien und deckt damit eine breite Palette an demografischen und geografischen Informationen, persönliche Interessen, Konsum- und Einkaufsverhalten sowie Werthaltungen ab.
- **Automatisch:** Die direkte Ansteuerung und Datenausgabe via API ermöglicht automatisierte Auswertungsquests in kürzester Zeit.

Die Daten für RAPID stammen aus den laufenden bevölkerungsrepräsentativen WEMF-Erhebungen, in welchen jährlich etwa 15 000 Personen in der Schweiz und in Liechtenstein zu verschiedensten Themen befragt werden.

Der umfangreiche Datensatz umfasst alle bekannten Variablen der MACH-Studien und wird monatlich mit den aktuellsten Erhebungen ergänzt. Dies eröffnet den Anwendern zahlreiche Möglichkeiten der detaillierten Segmentierung von Zielgruppen.



Herausgeberin

WEMF AG für
Werbemedienforschung
Bachmattstrasse 53
CH-8048 Zürich
+41 43 311 76 76
wemf@wemf.ch

Ihr Kontakt

Dr. Marc Sele

Deputy CEO and Executive
Director of Data and Tools
+41 43 311 76 64
marc.sele@wemf.ch

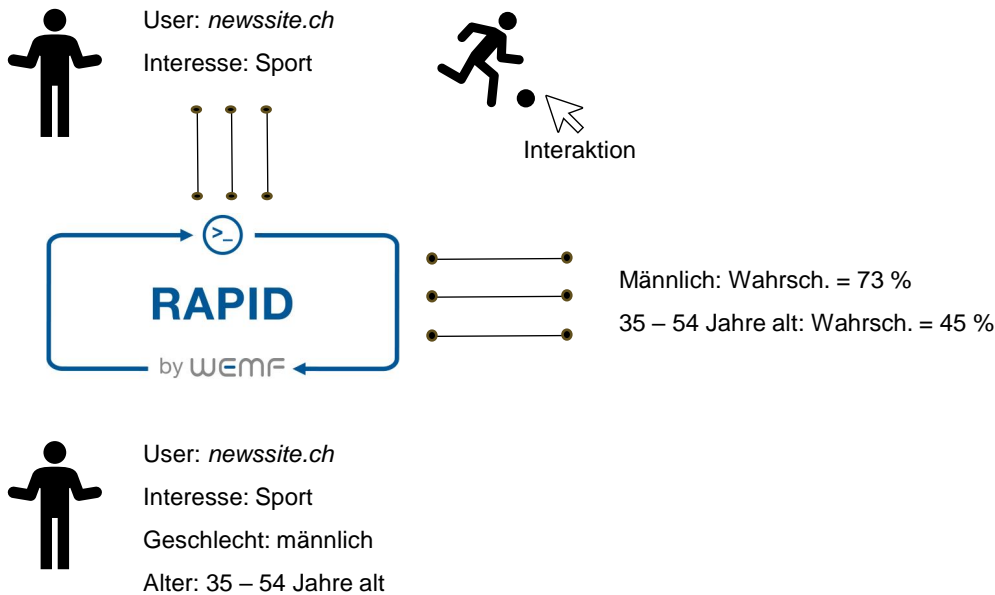


RAPID
wemf.ch/RAPID



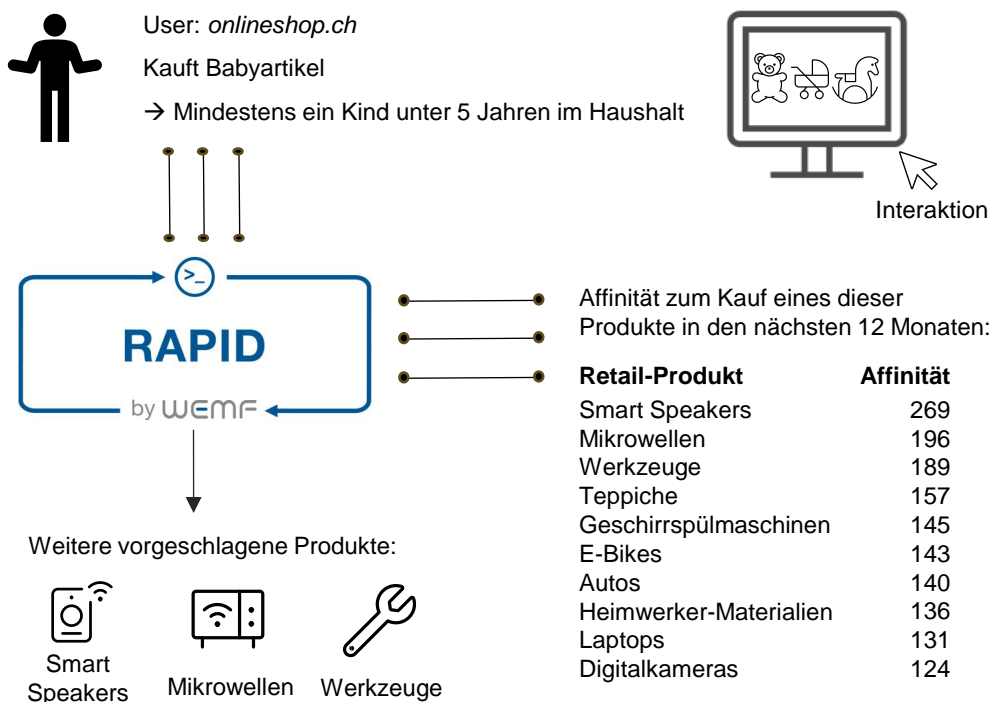
Use Case «Schärfung des Nutzerprofils»

Ein Nutzer der Website *newssite.ch* klickt auf einen Artikel über Fussball. Anhand dieser beiden Informationen kann mithilfe von RAPID die Wahrscheinlichkeit für beliebige weitere Variablen beziffert werden. Im Beispiel wurden als Rückgabe das Geschlecht und die wahrscheinlichste Altersgruppe angefragt. Die nutzende Person ist zu 73 % männlich und vermutlich zwischen 35 und 54 Jahre alt (zu 45 %).



Use Case «Produktempfehlung in Online-Shops»

Ein Nutzer eines Online-Shops kauft Babyartikel. Daraus lässt sich schliessen, dass in seinem Haushalt mindestens ein Kind unter 5 Jahren lebt. Mit diesen Informationen wird durch RAPID nach Produkten mit den höchsten Kaufempfehlungen für diese Zielgruppe abgefragt. Diese Produkte können dem User als Produktempfehlungen im Online-Shop angezeigt werden.



Mehr über die WEMF
wemf.ch/die-wemf

