

Das Leistungsspektrum von TOP 2.0

TOP steht für "Transparenz für Online-Planung" und unterstützt als gemeinsame Initiative der AGOF und ihrer Marktpartner die Transparenz in der Online-Mediaplanung.

Das zuletzt grundlegend überarbeitete TOP 2.0 wartet mit einem vollständig überarbeiteten Planungsmodul auf, das mit seinen medienspezifischen Funktionalitäten die Mediaplanung für Online-Werbung vereinfacht. Neben der Verbesserung der Usability konnte zudem auch die Analysetiefe und die Performance der Planungssoftware erhöht werden.

Adäquate Online-Mediaplanung

Ziel ist es, mit TOP die Besonderheiten einer Online-Kampagne planbar und prognostizierbar zu machen. Dazu wird TOP kontinuierlich weiterentwickelt und um planungsrelevante Funktionalitäten erweitert.

Mit dem Zugriff über TOP 2.0 auf die AGOF Studien stehen alle gängigen Medialeistungswerte und Zielgruppenmerkmale für eine Online-Kampagne zur Verfügung. Im Zentrum steht bei der internet facts der Unique User (Nettoreichweite), der sich in Deutschland als die standardisierte Online-Reichweitenwährung etabliert hat. Ferner stehen medienspezifische Funktionen wie Frequency Capping und Targeting als prognostizierbare und gültige Standards in TOP 2.0 zur Verfügung. Mit TOP 2.0 können sowohl ex-post als auch ex-ante Analysen getätigt werden.

Produktprofil

TOP 2.0 wurde im Auftrag der AGOF von der Firma COMsulting entwickelt und ist ein Produkt der AGOF. Die Planungssoftware basiert auf der technischen Plattform von mediMACH. Alle vergangenen Veröffentlichungen der internet facts können mit TOP 2.0 ausgewertet werden. Die Weiterentwicklung von TOP ist ein stetiger Prozess, der von zahlreichen Anwendern begleitet und mit hervorragenden Ideen unterstützt wird.

Seit dem Erscheinen der internet facts 2008-III im Dezember 2008 liegen die Planungssoftware und die Studie auch in englischer Sprache vor. Damit können in TOP erstellte Auswertungen und Pläne jetzt auch problemlos in internationale Projekte integriert werden.

Im September 2009 hat die AGOF mit dem Erscheinen der internet facts 2009-II die neue Programmversion TOP 2.0 präsentiert. TOP 2.0 zeichnet sich durch eine stark vereinfachte Bedienbarkeit aus und macht gleichzeitig keine Abstriche bei Analysetiefe und Bandbreite der Möglichkeiten. TOP 2.0 weist Leistungswerte und Kosten auch für einzelne Belegungen aus und nicht nur für einen kompletten Mediaplan.

Die Hintergrundprozesse und die Bedienbarkeit wurden so optimiert, dass die Erstellung, Bearbeitung und Auswertung von Mediaplänen deutlich beschleunigt wird. Sämtliche Ansichten kann der Anwender auf intuitive und einfache Art und Weise anpassen und diese Anpassungen zum Standard für die weitere Arbeit machen.



Das Leistungsspektrum von TOP 2.0

Ein absolutes Novum bei TOP 2.0 ist die Möglichkeit, sich Leistungswerte für jede einzelne Belegung und nicht nur für ganze Pläne anzeigen zu lassen. So können unter anderem Kosten und Leistungswerte jeder einzelnen Belegung nachvollzogen werden. Ein Online-Angebot kann in einfachen und übersichtlichen Schritten auch mit mehreren Werbeformen belegt werden. Optimierungsmöglichkeiten wie Frequency Capping und Targeting lassen sich für einzelne oder mehrere Schaltungen gleichzeitig vornehmen.

Für Agenturen besonders relevant ist die deutlich höhere Kostentransparenz. In TOP 2.0 lassen sich individuelle Verhandlungsergebnisse auf Vermarkter- oder Angebotsebene eingeben und kundenspezifisch speichern bzw. aufrufen.

Das innovative Auswertungs- und Planungsprogramm TOP 2.0 stärkt die Position der AGOF internet facts als Leitstudie für die Online-Mediaplanung. Die Neuerungen sind in enger Abstimmung mit Mediaagenturen vorgenommen worden.

Eine kurze Zusammenfassung des TOP Produktprofils inklusive einer Bestellmöglichkeit können Sie sich [hier](#) als PDF herunterladen.