

AEM (Advertising Expenditure Measurement) is een market research company. AEM produceert geen producten in de traditionele betekenis.

Zijn core business is het verkrijgen, verwerken en verkopen van informatie over advertenties die in verschillende media verschenen. De klanten van AEM zijn organisaties en individuen die marktgerichte research informatie kopen over het geld besteed aan advertenties.

Het proces dat de advertenties identificeert en vastlegt is gedeeltelijk geautomatiseerd en gedeeltelijk manueel. Het automatisch ophalen van informatie vereist moderne hardware en software voor het scannen en voor multimedia recognition. Manuele data captatie is een zeer arbeidsintensief proces dat bestaat uit het bekijken van TV advertenties, lezen van kranten, magazines etc. Advertenties worden ingevoerd in de database, dit zijn nieuwe (niet geadverteerd voorheen) of worden verbonden aan reeds aanwezige advertenties. Het verbinden van inkomende advertenties met deze die reeds in de database aanwezig zijn wordt uitgevoerd tijdens de data captatie.

De advertentie inhoud van alle advertenties wordt opgeslagen in de database (d.i. producten, duur (radio en TV) , grootte (pers), waarde (geld) etc. Het proces van het identificeren van de inhoud is zeer foutengevoelig en vereist frekwente interne en externe verificatie. Externe verificatie vereist het contacteren van advertentie media (bv kranten en magazines, televisie, radio, cinema, posters, etc) , agentschappen, individuele adverteerders, etc. Interne verificatie is een kwaliteitscontrole mechanisme om te verzekeren dat de captatie van de data door het AEM system en personeel correct verloopt. AEM heeft contractuele overeenkomsten met reclamemedia om regelmatig van hen elektronische log files te verkrijgen met informatie over de advertentie inhoud. Dit vergemakkelijkt grotendeels de data collectie en verificatie processen.

De advertentie data voorzien twee rapporteringsgebieden voor de AEM klanten. Een klant kan een rapport vragen dat de advertenties waarvoor ze betaalden verschenen zoals ze zich voorgesteld hadden (campaign monitoring).

Een klant kan ook een rapport vragen met de bepaling van hun competitieve adverteerpositie binnen hun specifieke bedrijvigheid (expenditure reporting). De uitgave rapporten capteren de uitgaven gedaan door een adverteerder of een geadverteerd product met verschillende criteria (tijd, geografische regio's media, etc.).

Elke AEM klant (niet alleen een adverteerder) kan uitgaven rapporten vragen – in de vorm van op maat gemaakte rapporterings software of al hard copy.

AEM klanten zijn individuele adverteerders, reclamebureau's, media maatschappijen, zowel als verkoops- en marketing executives, media planners, kopers,...