Doing Business in Europe: Marketing and Advertising Considerations

May 12, 2016

© Copyright 2016 TripleInk

TripleInk

Europe and the European Union – a Unique Marketplace

- A diverse geography with **a "common" market**
  - Highly developed business and trade systems
  - Mostly harmonized rules and regulations
  - Product approval in one EU country means approval in all
  - Easy transportation of goods (within EU)
  - Free movement of people and capital (within EU)
  - Common currency (in 19 Euro zone countries)

© Copyright 2016 TripleInk

Europe and the European Union – a Unique Marketplace

- What is **“uncommon” for US marketers**
  - 28 EU member countries plus 10 “affiliate” countries with **distinct national identities**
  - **Different economies** and **competitive sets**
  - More **complex media environment**
  - A “fragmented” and **culturally diverse** customer base and consumer population
  - **24 official EU languages** plus additional local languages

© Copyright 2016 TripleInk

Europe and the European Union – Marketing and Advertising Considerations

- A **diverse consumer population** with discrete identities
  - 24 official languages
    - German is the most widely spoken native language (but 51% of adults can understand English)
  - Many more regional cultures and customs
- **Values and norms** that define different cultures influence how **marketing strategies** are implemented and **advertising messages** are received
- **Different degrees of adaptation** to local market and audience preferences required for **consumer** product marketing and **business-to-business** marketing

© Copyright 2016 TripleInk

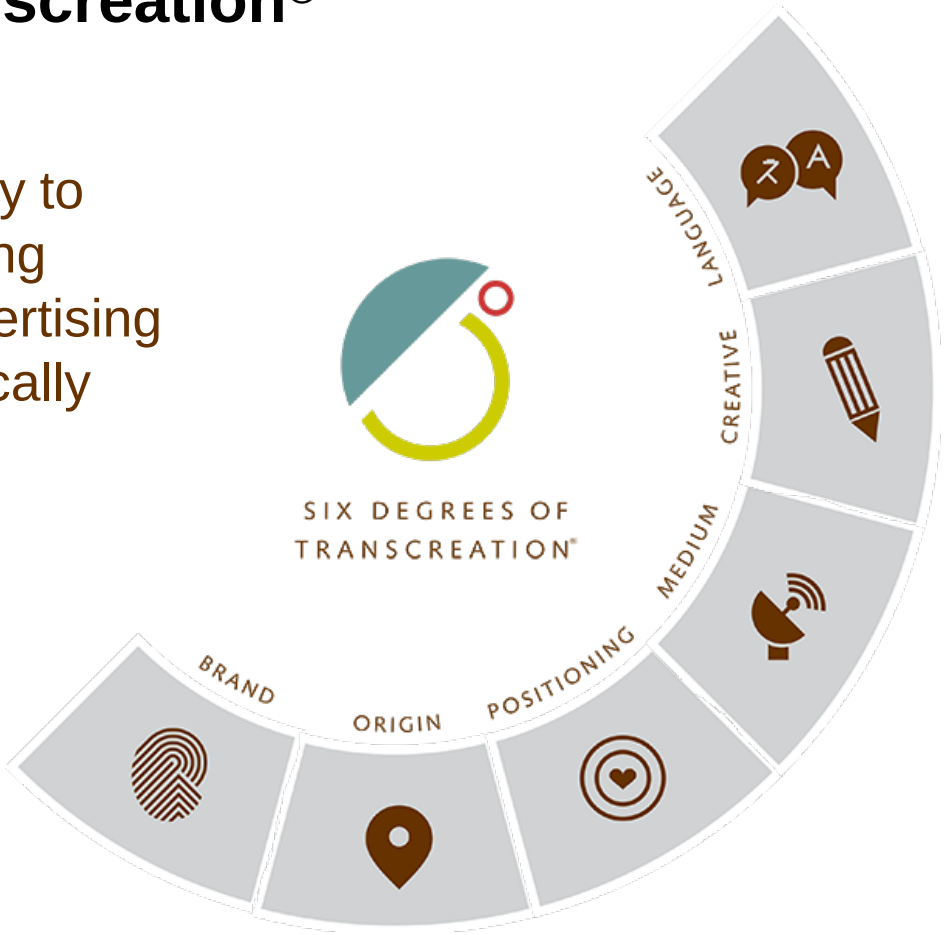
Europe and the European Union – Marketing and Advertising Considerations

- Blending a global or **pan-European communication strategy** with **local implementation**
  - Advantages:
    - Consistency in the brand voice while speaking to local audiences
    - Cost savings
    - Greater suitability for new media
- A "blended" communication strategy is **a viable option** if:
  - There are enough **commonalities** among the different audiences
  - The **key idea** of your communication strategy resonates with all of your audiences
  - There is **flexibility** to adapt to local requirements
- Considering the **"degrees" of differentiation**

© Copyright 2016 TripleInk

Six Degrees of Transcreation®

A proprietary methodology to adapt or develop marketing communications and advertising for culturally and linguistically diverse audiences



© Copyright 2016 TripleInk

TripleInk

1st Degree: The Brand Essence

Reflecting the values and identity of your brand in any language

© Copyright 2016 TripleInk

TripleInk

2nd Degree: The Origin of the Brand

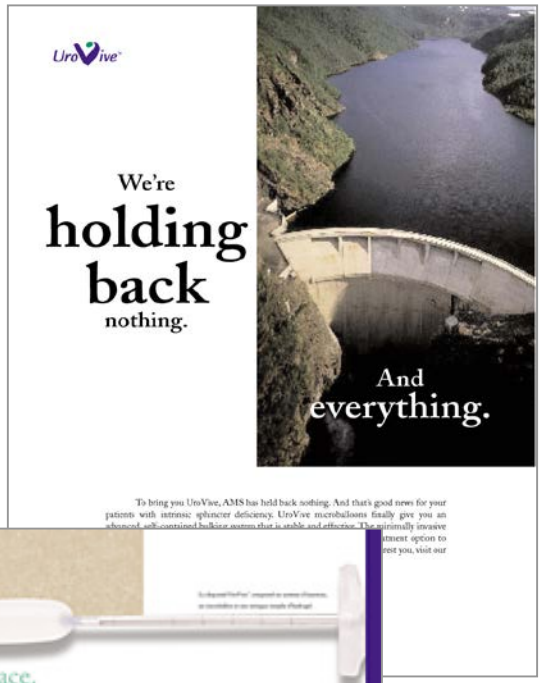
How the country of origin influences the perception of your brand

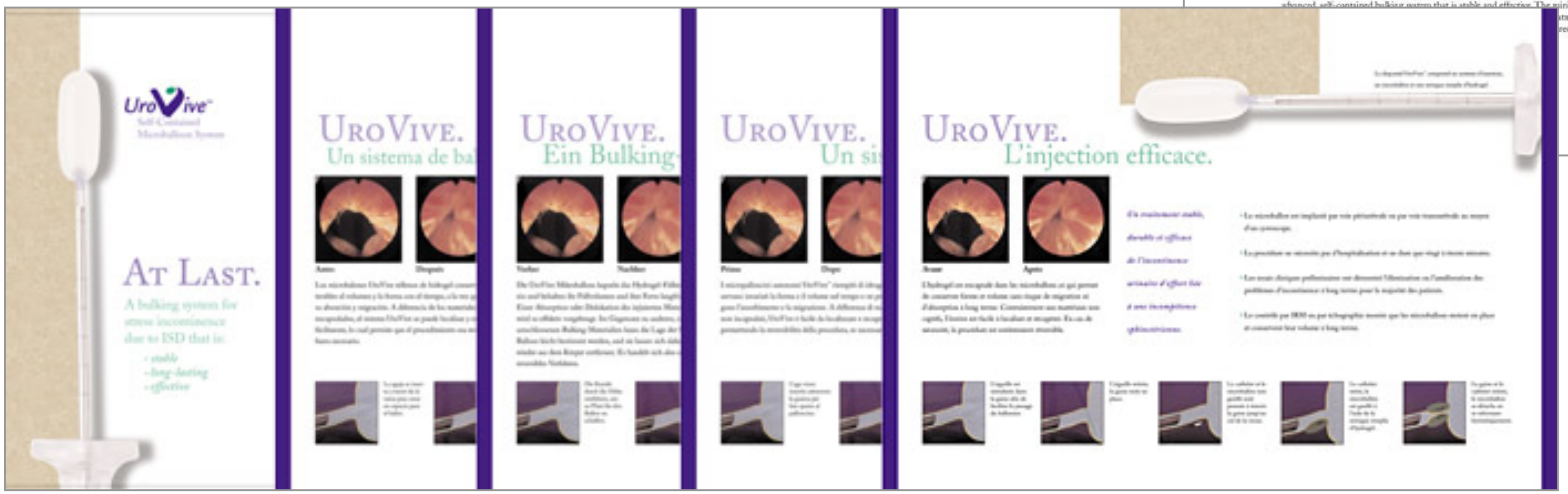
© Copyright 2016 TripleInk

TripleInk

3rd Degree: Product Positioning

Managing the impact of product positioning on in-language content and messages





© Copyright 2016 TripleInk

TripleInk

4th Degree: The Medium

Considering availability, reach and acceptance of different media

© Copyright 2016 TripleInk

TripleInk

5th Degree: The Creative Expression

Ensuring aesthetic appeal and cultural relevance

© Copyright 2016 TripleInk

6th Degree: The Language of the Audience

Achieving the right tone and style to connect with your audience

Stromversorgung

Die Infrastruktur wird installiert und getestet, um ein hochbelastbares, vollständig nutzbares System zu schaffen, ohne Ausfall der Stromversorgung für die kritische Last und ohne Funktionsbeeinträchtigung der IT-Rechenräume.

- Netzstromversorgung über A&B 110-kV-Zuleitungen von zwei verschieden aktiven Umspannwerken mit einer Kapazität von bis zu 45 MVA je Zuleitung
- Erfassung der gesamten IT-Stromversorgung mit Mittelspannungsmessgeräten und verbrauchsabhängige Abrechnung
- N+N-Stromversorgungslösungen für jeden Raum
- Minimale N+N-USV mit standardmäßigem zehnminütigem Batterie-Backup
- Vollwertige N+N-Backup-Generatoren mit 36 Stunden Betriebsautonomie bei voller Last; kontinuierlicher Betrieb möglich
- Betankungsverträge zur Sicherung der rechtzeitigen Nachfüllung

Energieeffizienz

Die Infrastruktur der Gebäude wurde auf Betrieb mit höchster Effizienz ausgelegt. Zu den wichtigsten Funktionen zur Minimierung der Betriebskosten und Maximierung der Effizienz zählen:

- Skalierbare ECO- oder Sequenzmodus-fähige USV
- Skalierbare wassergekühlte Kühlanlagen mit freier Kühlkapazität
- ASHRAE T9-Raumbedingungen
- Luftgekühlte Betriebsräume mit drehzahlgeregelten Lüftern
- DFU-Vorlauftemperaturregelung
- PUE-Wert von ca. 1,3 bei vorgesehener Last

Kühlung

- N+1 adiabatische Kühlanlage
- Individuelle Kühlinfrastruktur, gesteuert und verwaltet über GLT
- Dedizierte DFUs bei N+2 in jedem Raum
- Unabhängig regulierte Temperatur und Luftfeuchtigkeit in jedem Raum
- Optionale luftgekühlte Lösungen bei Bedarf

Konnektivität

Zenium Frankfurt One arbeitet Carrier-neutral und bietet Zugang zu verschiedenen Telekommunikationsanbietern, sodass sich die Kunden für den für sie optimalen Anbieter entscheiden können.

- Zugang zu mehreren Telekommunikationsanbietern
- Vielfältiges Kabel-Routing ins Gebäude
- Strikte Richtlinien zur Kabelverwaltung

© Copyright 2016 TripleInk

TripleInk