



L'ORÉAL



nurago zeigt auf:  
nugg.ad steigert Zielgruppenanteil im direkten  
Vergleich zu klassischer Umfeldrotation



Im Rahmen einer Vergleichsstudie, durchgeführt von dem unabhängigen Marktforschungsunternehmen nurago GmbH, wurde untersucht welchen Effekt die Targeting-Leistung von nugg.ad in Hinblick auf die Reichweite innerhalb der Zielgruppe gegenüber klassischer Umfeldrotation hat.

Zur Beantwortung der Fragestellung wurde das Produkt nrg | Audience Profiles herangezogen. Im Rahmen des Studiensetups wurde eine Kampagne für das Körperpflegeprodukt Garnier Men Minerals - gleichgewichtet aufgeteilt nach nugg.ad Targeting und klassischer Umfeldrotation - mittels Cookie markiert. Ein großes Online Access Panel zeichnete die Werbemittelkontakte auf. Das Ergebnis war eindeutig: **Es konnte bis zu 168% mehr Reichweite innerhalb der Zielgruppe durch das nugg.ad Targeting erreicht werden.**

KAMPAGNE

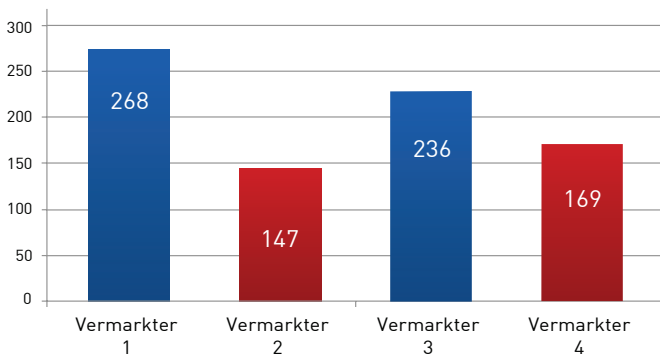
Um eine möglichst gute Basis für die Vergleichsstudie zu schaffen, wurde eine Kampagne (ausschließlich Video-Werbemittel) des L'Oréal Produkts Garnier Men Mineral in zwei identische Teilkampagnen unterteilt: Eine Teilkampagne wurde ausgesteuert mit dem Predictive Behavioral Targeting von nugg.ad, die andere basierend auf Umfeldrotation. Beide Kampagnen wurden im Portfolio von vier führenden, deutschen Vermarktern aus den AGOF-Top 10 an die vordefinierte Zielgruppe Männer im Alter von 20-39 Jahren ausgeliefert. Das Gesamtvolumen der Video-Werbemittel (Pre-Roll, Mid-Roll, Video-Interstitial) betrug ca. 9 Millionen Ad Impressions.

ERGEBNIS

Eine abschließende Analyse der Zielgruppenerreichung beider Kampagnen durch nurago offenbarte deutliche Ergebnisse. Durch das Predictive Behavioral Targeting von nugg.ad erreichte die Kampagne bis zu 168% mehr Zielgruppe als die Umfeldrotation ohne Targeting.



nugg.ad Steigerungen des Zielgruppenanteils (Indexzahlen)



	KLASSISCHE UMFELDROTATION	nugg.ad TARGETING
ZIELGRUPPENANTEIL	x	bis zu +168%
KAMPAGNENZIEL	Vergleich der Zielgruppenerreichung: nugg.ad vs. klassische Umfeldrotation	
ZIELGRUPPE	Männer, 20-39 Jahre	
LAUFZEIT	4 Wochen	
VOLUMEN & WERBEMITTEL	ca. 9 Mio. AdImpressions: Pre-Roll, Mid-Roll, Video Interstitial	

Kontakt

nugg.ad AG: +49 30 29 38 1999-0 | consulting@nugg.ad  
 nurago GmbH: Jens Barczewski | Managing Director Client Services | +49 89 27 37 013 -77 | barczewski@nurago.com