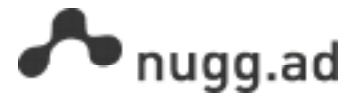




nugg.ad und Unister schicken User in den Urlaub

nugg.ad beflügelt Conversions für ab-in-den-urlaub.de



Der Online Vermarkter Unister Media realisierte im August 2009 eine Kampagne für den deutschen Online-Reiseanbieter ab-in-den-urlaub.de. Das Ziel war es, den Abverkauf von Reisen zu steigern. Um das zu erreichen, setzten Vermarkter und Advertiser auf Predictive Behavioral Targeting von nugg.ad.

Über die Kampagnenlaufzeit von einem Monat wurde ein Skyscraper mit Verlinkung auf ab-in-den-urlaub.de auf den Webseiten jux.de, news.de und preisvergleich.de geschaltet. Neben den Werbemitteln, die mit Targeting ausgeliefert wurden, lief eine Vergleichskampagne ohne Targeting. Diese sorgte bei der Auswertung für valide Vergleichswerte.

Die Kampagne teilte sich in drei Phasen. Die ersten beiden dienten dazu, aus verschiedenen Einzelkriterien die optimale Zielgruppe herauszuarbeiten. Während in der Initialphase zunächst die Einzelkriterien aus Soziodemografie und Produktinteresse getestet wurden, arbeitete man in der zweiten Phase bereits mit verschiedenen Kombi-

nationen, die sich in Phase eins bewährt hatten. Im dritten Teil der Kampagne bestand die identifizierte Zielgruppe aus Nutzern mit überdurchschnittlichem Haushaltsnettoeinkommen in Kombination mit Reiseinteresse und dem Berufsstatus voll/teilweise beschäftigt oder Rentner.

Die Auswirkung von PBT auf die Conversionrate ist eindeutig. **Den über Post View getrackten neun Reisebuchungen mit PBT standen keinerlei Buchungen für die Vergleichskampagne ohne Targeting gegenüber.** Die Zielgruppen-Optimierung führte zu einer signifikanten Steigerung der Conversionrate innerhalb der PBT-Kampagne. (vgl. Abb.1)

“Da wir schon lange erfolgreich mit nugg.ad arbeiten, wussten wir, dass die Kampagne von ab-in-den-urlaub.de beste Voraussetzungen für den Einsatz von PredictiveBehavioralTargeting hat.

Dass die Ergebnisse allerdings eine so eindeutige Sprache sprechen, hat uns sehr gefreut. Ein

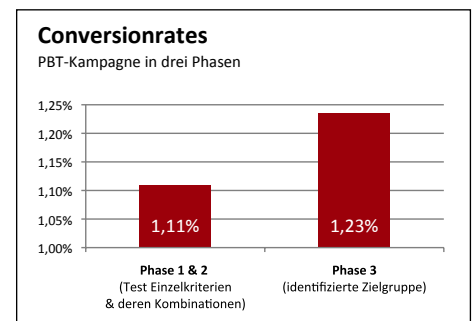


Abb. 1
Conversionraten Targetingkampagnen
In der Vergleichskampagne ohne Targeting gab es keine Conversions

Grund mehr, auch in Zukunft vermehrt auf PBT von nugg.ad zu bauen“, so Christian Schmidt, Geschäftsführer Unister Media GmbH.



Werbemittel

Kontakt

+49 30 29 38 1999-0 | consulting@nugg.ad

Weitere spannende Case Studies auf www.nugg.ad