



Chevrolet, mobile.de und nugg.ad – ein unschlagbares Team!

Mehr Raum im Chevrolet Orlando und +50% mehr Markenbekanntheit durch den Targeting-Marktführer nugg.ad

“Der Chevrolet Orlando - ein kraftvoller Familien-Van, der Vielseitigkeit und Design perfekt miteinander verbindet”, so beschreibt Chevrolet das neue Flaggschiff der Van-Linie. Ein solch attraktives Produkt verdient starke Partner im Onlinewerbemarkt. mobile.de setzte für Chevrolet Predictive Behavioral Targeting von nugg.ad ein und erzielte dank effizienter Zielgruppenansprache einen Brand Awareness Uplift von ausgezeichneten 50%!

DIE KAMPAGNE

In einer ausgedehnten Laufzeit von **8 Wochen** hat sich **mobile.de** von der **eBay Advertising Group** als hervorragendes Umfeld für die Chevrolet Orlando-Kampagne erwiesen. Ziel war es, die **Markenbekanntheit des Modells Orlando** von Chevrolet zu steigern.

6,75 Mio. Ad Impressions wurden durch ein umfangreiches Werbemittelportfolio mit Medium Rectangle, Superbanner, Skyscraper und Banderole Ads durch die fortschrittliche **Targeting-Lösung von nugg.ad** ausgeliefert. Die Orlando - Kampagne richtete sich an Männer, 30-59 Jahre, mit Kindern unter 14 Jahren – die Effizienz der Kampagne wurde durch das **nugg.ad Brand Engagement Measurement** bewertet.

Diese Technologie lieferte detaillierte **Insights zur Brand Awareness, sowie Kaufabsicht** und ermöglichte so auf einzigartige Weise die **Messbarkeit der Zielgruppe** in Punkto Einstellung zur Marke. Ebenso war es möglich, die **optimale Kontaktklasse** zu identifizieren.



Brand Awareness für Chevrolet Orlando innerhalb der Zielgruppe

