



Online Brandingkampagne steigert Bekanntheit und verdreifacht Absatzwachstum

Ein beeindruckender Erfolg für De Cecco Pasta im dänischen PBT Network



Mit seiner Echtzeit-Datentechnologie erhöht nugg.ad die Bekanntheit von De Cecco um fast 150%, wie die Marktforschungszahlen von TNS Gallup belegen. Die Kampagne die ausschließlich online umgesetzt wurde, steigerte zudem das Absatzwachstum um 200%.

DIE SITUATION

In der Vergangenheit setzte De Cecco vor allem auf klassische Kampagnen mit TV und Print. Die Markenbekanntheit lag laut dem Pre-test von TNS Gallup bei vergleichsweise niedrigen 12,6%. De Cecco entschloss sich, im dänischen PBT Network eine Displaykampagne mit dem **nugg.ad Branding Optimiser** umzusetzen, um gezielt die Markenbekanntheit zu steigern. Die Displaykampagne wurde mit **6 Mio. AIs** bei führenden dänischen Vermarktern umgesetzt. (Eb.dk, BT.dk, DBA.dk, Bilbasen.dk, Kino.dk, Onside.dk, Lokalavisen.dk)

DIE LERNPHASE

Zu Beginn der Kampagne wurde durch nugg.ad mit User-Kurzbefragungen die Markenbekanntheit, Kaufabsicht und Sympathie für die Marke gemessen. Auf Basis der Daten von 2.500 Umfragen wurde dann ein statistisches **Modell** entwickelt um in der nächsten Phase gezielt die **Markenbekanntheit** zu erhöhen.



DIE BRANDING OPTIMISER PHASE

Mit dem Modell und dem datengetriebenen Echtzeit-Messverfahren konnten die Displaywerbemittel an brand-affine User ausgesteuert werden. Zeitgleich wurde die Anzahl der Werbekontakte gemessen, um die ideale Werbedosis zur Erhöhung der Markenbekanntheit zu ermitteln.

DIE ERFOLGSMESSUNG

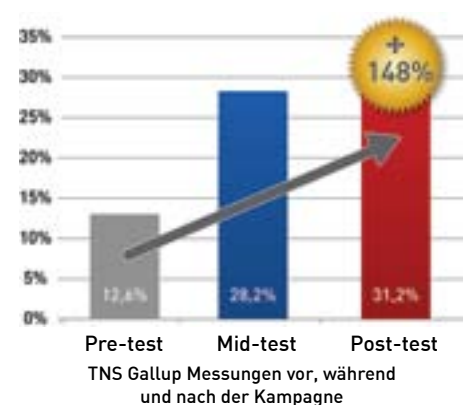
Über das **TNS Access Internetpanel** wurden vor, während und nach der Kampagne Messungen durchgeführt. Mit der **Click Stream** Technologie konnte TNS Gallup User mit und ohne Kampagnenkontakt vergleichen. Um valide Ergebnisse zu erhalten, wurden insgesamt über 5.000 User befragt.

DAS ERGEBNIS

Im Vergleich zum Pre-test konnte durch TNS Gallup eine enorme Steigerung der Markenbekanntheit nach der Kampagne nachgewiesen werden.

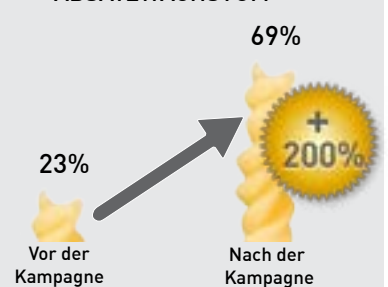
Der Anteil der User, die De Cecco kennen, erhöhte sich laut Post-test um 148%.

GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT



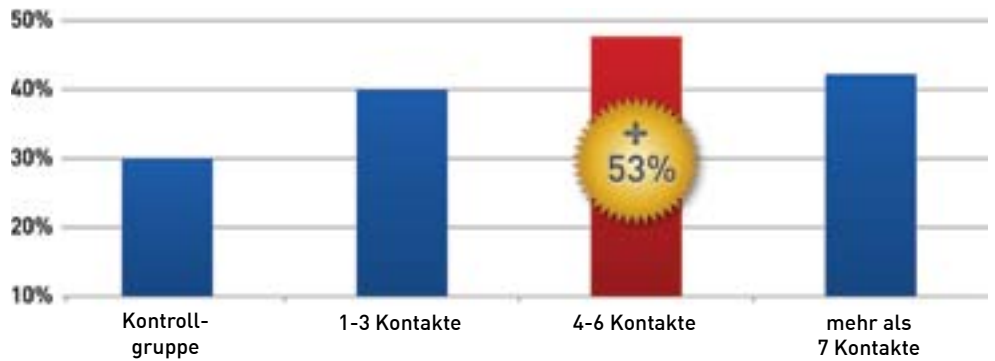
Die reine Onlinekampagne war für De Cecco außerdem ein riesiger **Vertriebserfolg**: Vor der Kampagne lag das durchschnittliche Absatzwachstum bei 23% im Vergleich zum Vorjahr. Während und nach der Kampagne stieg das Absatzwachstum bei De Cecco auf beeindruckende 69%. Keine anderen Medien wurden parallel eingesetzt – ein Beleg für die Effektivität der Branding Solutions im dänischen PBT Network.

ABSATZWACHSTUM





nugg.ad nahm außerdem Messungen zur idealen Werbedosis vor. Es zeigte sich, dass die Kampagne außerdem die Sympathie für die Marke um 100% sowie die Kaufabsicht um 53% steigerte. Die Kontaktklassenmessung ergab einen maximalen Zuwachs für die Kaufabsicht und Sympathie bei Usern mit 4-6 Kontakten. Die optimale Werbedosis zur Steigerung der Markenbekanntheit lag bei 7 oder mehr Kontakten.



	VOR DER KAMPAGNE	NACH DER KAMPAGNE MIT nugg.ad TARGETING
MARKENBEKANNTHEIT	X	+148%
ABSATZWACHSTUM	X	+200%
KAMPAGNENZIEL	Steigerung der Markenbekanntheit	
PRODUKT & ERFOLGSMESSUNG	nugg.ad Branding Optimiser & Kontaktklassenoptimierung TNS Access Internetpanel & Click Stream ¹	
MEDIA	PBT Network: Eb.dk, BT.dk, DBA.dk, Bilbasen.dk, Kino.dk, Onside.dk, Lokalavisen.dk	
KAMPAGNE	Display-Werbemittel, 6 Mio. Ad Impressions, 5 Wochen	

1: Über TNS Gallup Click Stream:

Click Stream ist die Kombination von 2 Datenquellen über die TNS Metrix. Die erste Quelle besteht aus den Daten der Webseiten, die mit der TNS Metrix vertragt sind. Die zweite Datenquelle umfasst Daten der Access Panel Teilnehmer. Durch die Zusammenführung der beiden Datenquellen lässt sich mit einer Cookie-basierten Messung feststellen, welche User Kontakt mit der Kampagne hatten.

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

Weitere spannende Case Studies auf www.nugg.ad