



Energie für Onlinewerbung!

nugg.ad steigert Markenbekanntheit und Wechselbereitschaft für eprimo

axel springer
media impact

nugg.ad

Der Energiediscounter eprimo steht für Strom zu bestmöglichen Konditionen. Jüngst schaltete das mehrfach ausgezeichnete Unternehmen über die beauftragte Agentur add2 eine Targeting-Kampagne auf dem Portfolio von Axel Springer Media Impact. Als Targeting-Dienstleister kam nugg.ad zum Einsatz.

KAMPAGNE

Als Kampagnenziel wurde die Steigerung der Markenbekanntheit sowie der Wechselbereitschaft zu eprimo vorgegeben. Durch Targeting sollte die als über 30jährige Immobilien-Interessierte definierte Zielgruppe genau adressiert werden.

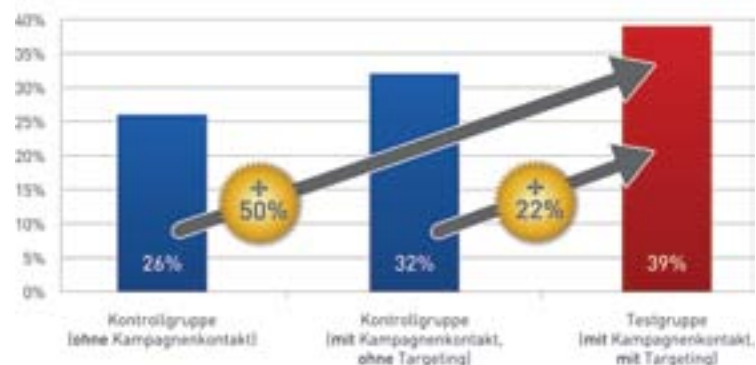
Über eine Laufzeit von 4 Wochen wurde das Werbemittel mit nugg.ad Predictive Behavioural Targeting an die vorgegebene Zielgruppe ausgeliefert. Durch Online-Befragungen ermittelte das nugg.ad Brand Measurement die Wirkung der Kampagne auf die Veränderung von Markenbekanntheit und Wechselbereitschaft. Um diese Wirkung auch vergleichend darzustellen, wurden zusätzlich Nutzer befragt, die mit einer identischen Kampagne ohne Targeting Kontakt hatten.



ERGEBNIS

Mit einer um 38% gestiegenen Markenbekanntheit von eprimo und um 50% gesteigerter Wechselabsicht zu dem Energiediscounter war die Targeting-Kampagne mehr als erfolgreich.

WECHSELABSICHT ZU EPRIMO



Kontakt

Sema Saglik | Consulting Director
+49 30 29 38 1999-87 | sema.saglik@nugg.ad