



Garnier steigert Markenbekanntheit durch Online Kampagne für HautklarAktiv um +41%

Garnier hat mit "HautklarAktiv" ein erfolgreiches Produkt für die tägliche Pflege jugendlicher Haut lanciert. Auf die Zielgruppe - männlich, im Alter von 14-29 Jahre - zugeschnitten entwickelte Optimedia mit dem Audience Optimization System von Zed digital und nugg.ad eine spezifische Online Kampagne, die ausschließlich von Video Pre-Rolls getragen wurde. Das Ergebnis: ein Brand Awareness Uplift von +41%!

DIE KAMPAGNE

In einer konzentrierten, 3-wöchigen Kampagne mit 6,8 Mio. Ad Impressions wurde das Ziel, die Erhöhung der Brand Awareness von Garnier "HautklarAktiv" und die Identifizierung des optimalen Kontaktkorridors, umgesetzt.

nugg.ad's Predictive Behavioral Targeting wurde auf die vorgegebene Zielgruppe eingesetzt. Eine gezielte Befragung mittels des Brand Engagement Measurements war das Keytool, um die Resonanz auf den **Markendreiklang messbar zu machen** und zwischen Kontrollgruppe ohne Kampagnenkontakt und Testgruppe mit selbigem vergleichen zu können.



Zusätzlich nutzte Garnier die Möglichkeit, das **Modernitätsempfinden des Produktes** abzufragen.

DAS RESULTAT

Erfolg auf ganzer Linie!

Ein **Brand Awareness Uplift** von +41% wurde erreicht. Dieser Wert stellt bei einem **optimalen Kontaktkorridor** von mind. 4 einen signifikanten Effekt für die Premium-Videokampagne und den Launch von Garnier "HautklarAktiv" dar.

Im **Durchschnitt lag der Anstieg bei +36%**. Umso mehr überzeugen die Möglichkeiten von nugg.ad's Kontaktklassenmanagement.

Hervorzuheben ist, dass neben dem **Fokus "Brand Awareness"** auch nachweislich die **Markensympathie mit +33%** und die **Kaufabsicht von +38%** gegenüber der Kontrollgruppe ohne Kampagnenkontakt ebenso signifikant gesteigert werden konnte.

Erfreulich ist nicht zuletzt, dass das **Modernitätsempfinden** durch nugg.ad's Predictive Behavioral Targeting um +63% angehoben werden konnte.

	KONTROLLGRUPPE	nugg.ad TARGETING
BRAND AWARENESS	x	+41%
OPTIMALER KONTAKTKORRIDOR	-	mehr als 4 Kontakte
KAMPAGNENZIEL	Steigerung der Markenbekanntheit von Garnier HautklarAktiv	
ZIELGRUPPE	Männer, 14-29 Jahre	
LAUFTZEIT	3 Wochen	
WERBEMITTEL	6,8 Mio. Pre-Roll Video Ads	

Kontakt

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