



Eine erfolgreiche Kampagne für das beste Auto...

...das OPEL je gebaut hat!
+27% mehr Kaufabsicht für den OPEL INSIGNIA durch den nugg.ad Branding Optimiser bei mobile.de

Wenn eine Online-Kampagne für das "Auto des Jahres" geschaltet wird, dann kommt es auf jedes Detail an. Für die Durchführung dieser exklusiven OPEL-Kampagne wurden starke Partner gesucht. mobile.de bot sich als beste Wahl mit exzellentem Portfolio an. Für die zielgruppengenaue Ansprache wurde der Branding Optimiser von nugg.ad eingesetzt, um genau die Zielgruppe zu erreichen, die einen OPEL INSIGNIA kaufen würde.

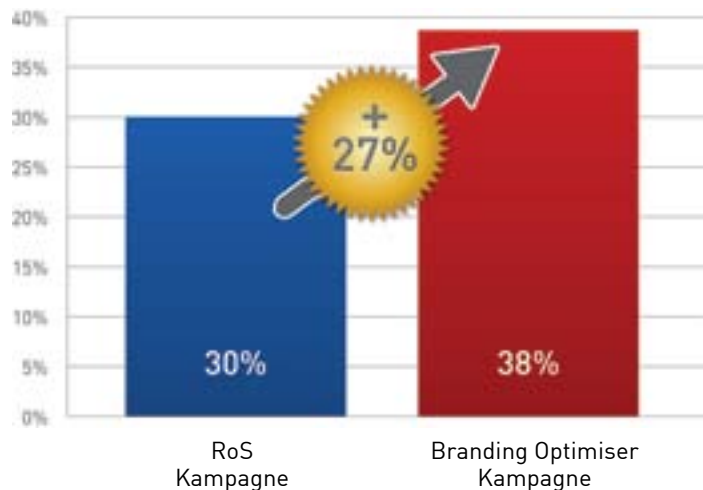
DIE KAMPAGNE

In einer 9-tägigen Lernphase wurden auf mobile.de von der eBay Advertising Group die Werbemittel (Banderole und Tandem Ad) zunächst ohne Targeting geschaltet und zusätzlich per Zufallsprinzip wenigen Usern ein eigens auf diese Kampagne zugeschnittener Fragebogen zur Markenbekanntheit, -sympathie und Kaufabsicht eingeblendet.

So war es nugg.ad nach kurzer Zeit mit dem einzigartigen Branding Optimiser möglich, die optimale Zielgruppe für den OPEL INSIGNIA zu identifizieren und modellieren, sowie danach die Werbemittel ca. sieben Wochen nur an OPEL INSIGNIA-kaufaffine User auszusteuern.



Kaufabsicht für den OPEL INSIGNIA (User mit 2 und mehr Kontakten)



Das Ergebnis:
Eine Steigerung der Kaufabsicht um +27% im optimalen Kontaktkorridor!



Das Besondere: nugg.ad war zusätzlich in der Lage, **permanent den Erfolg des Flights und Ziels (Steigerung der Kaufabsicht) zu messen**, um valide Aussagen über die Brandingwirkung und damit auch den **Erfolg der OPEL INSIGNIA-Kampagne** zu treffen.

Durch einen Vergleich mit Echtzeitdaten zwischen der Zufallsauslieferung und Kampagnenkontakten innerhalb der Zielgruppe konnte die **Wirksamkeit der nugg.ad Targetinglösung** in Verbindung mit dem hochwertigen Portfolio von **mobile.de** statistisch valide verifiziert werden.

DAS ERGEBNIS

Der klare Auftrag von **OPEL** war das optimale Aussteuern von 2 Mio. Ad Impressions auf die **OPEL INSIGNIA-kauffaffinen** User mittels einer zeitgemäßen **Branding Optimiser-Kampagne**.

Während dieser achtwöchigen Kampagne konnte dieser Auftrag dank Predictive Behavioral Targeting von nugg.ad auf dem **mobile.de**-Premiumportfolio mit einem **Kaufabsicht-Uplift von +27%** optimal und überzeugend umgesetzt werden.

	KONTROLLGRUPPE	TARGETING MIT BRANDING OPTIMISER
KAUFABSICHT	x	+27%
OPTIMALER KONTAKTKORRIDOR	-	2 und mehr Kontakte
KAMPAGNENZIEL	Erhöhung der Kaufabsicht für OPEL INSIGNIA	
PRODUKT	BRANDING OPTIMISER auf Kaufabsicht	
LAUFZEIT	8 Wochen	
WERBEMITTEL	Banderole und Tandem Ad	



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

Weitere spannende Case Studies auf www.nugg.ad