



VivaKi steigert mit X-Cross die Bewegtbildnetto Reichweite für PayPal um 38,8 Prozent

Effektive Cross-Channel-Optimierung der TV-/Online-Kampagne mit nugg.ad

Ließ sich die Wunschzielgruppe früher noch mit TV-Spots bequem erreichen, so müssen heute längst TV-Spot und Online-Video-Werbung kombiniert werden, um relevante Reichweiten in vielen Marketingzielgruppen zu erzielen. Die integrierte Aussteuerung solcher Bewegtbildkampagnen mit X-Cross kann Werbungtreibenden dabei erhebliche Vorteile bringen. Das zeigt das Beispiel PayPal.

KAMPAGNE

Im Rahmen einer TV- und Online-Kampagne zu den Themen Sicherheit und Vertrauen bei PayPal setzte die betreuende Mediaagentur Optimedia Düsseldorf das von VivaKi in Zusammenarbeit mit dem Berliner Datenspezialisten nugg.ad entwickelte Verfahren X-Cross ein. Damit ist es möglich, Bewegtbildwerbung in TV und Online integriert auszusteuern, Kontaktklassen übergreifend zu optimieren und die Kampagnennetto Reichweite zu maximieren.

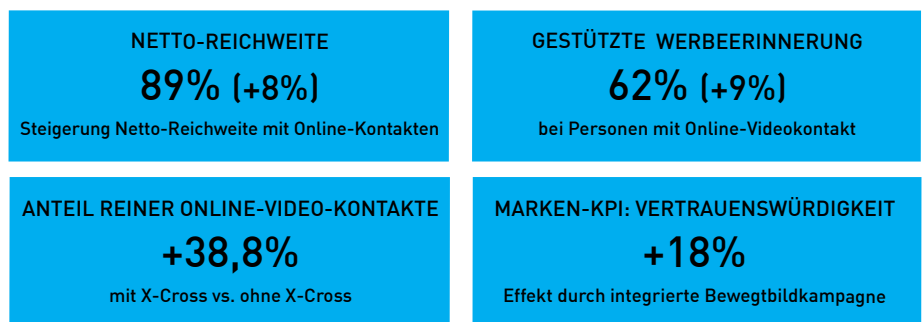
ERGEBNIS NETTO-REICHWEITE

Die Kampagnenergebnisse für PayPal überzeugten auf der ganzen Linie. In der Zielgruppe der 18- bis 49-Jährigen konnte die TV-Reichweite von 81 Prozent um weitere acht Prozent reiner Online-Video-Kontakte ergänzt werden. Dank X-Cross konnten die reinen Online-Kontakte dabei um 38,8 Prozent gesteigert werden.



ERGEBNIS WERBEERINNERUNG / MARKENIMAGE

Der kampagnenbegleitende Forschungsansatz von Ninah attestierte außerdem eine **Steigerung der gestützten Werbeerinnerung** bei Personen mit Online-Video-Kontakt vom bereits hohen Ausgangswert von **53 Prozent auf 62 Prozent**. Auch das Markenimage profitierte von der integrierten Bewegtbildkampagne: Die Zahl der Menschen, die PayPal als vertrauenswürdig einschätzte, konnte von einem **bereits hohem Niveau um weitere 18 Prozent gesteigert** werden – die derer, die PayPal als besonders sicher empfinden, um acht Prozent.



ZIEL	Steigerung der Netto-Reichweite, Werbeerinnerung & Markenwirkung in der Zielgruppe im Alter von 18-49 Jahren
ANSATZ	Integrierte TV-/Online-Bewegtbildkampagne, datengetriebene Optimierung mit der X-Cross-Technologie von VivaKi & nugg.ad

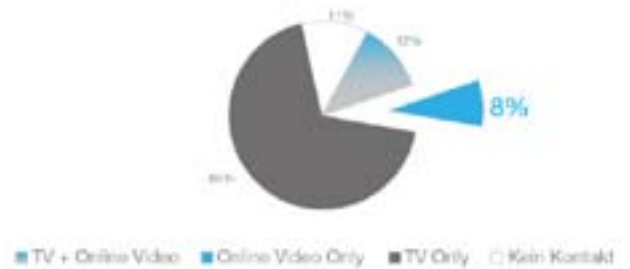
X-CROSS METHODIK

Im Gegensatz zu anderen Marktteilnehmern setzt VivaKi mit X-Cross auf einen **Single Source Ansatz** und nutzt das **Media Efficiency Panel (MEP) der GfK**. Die über das MEP identifizierten Zielgruppen der jeweiligen TV-Kampagne werden – differenziert nach Kontaktklassen – in einem zweiten Schritt durch **nugg.ad** hinsichtlich ihrer **Online-Nutzung analysiert**. Durch **intelligente Algorithmen und Machine Learning** erstellt X-Cross daraus Zielgruppen-Modelle. Diese können danach gezielt über die Online-Kampagne unter Berücksichtigung der TV Kampagnenkontakte angesteuert werden.



ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK

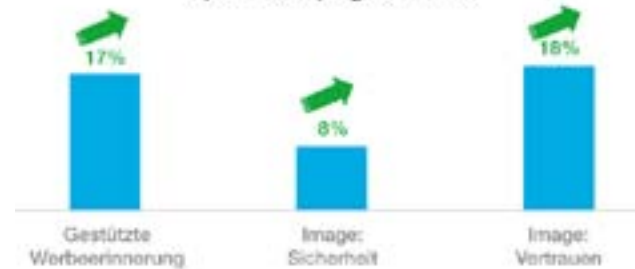
Kontaktverteilung TV und Online Video



Anteil der Online Only Video Views (kein TV-Kontakt)



Uplift Kampagnen KPIs



FEEDBACK:

„Als Werbetreibender geht es nicht darum, in den Online Medien nur präsent zu sein, sondern es ist unser Ziel, die Kanäle bestmöglich aufeinander abzustimmen, um so unsere Markenbotschaft bestmöglich zu platzieren. Mit X-Cross konnten wir sowohl die Effizienz also Netto- und Brutto-Reichweite als auch die Effektivität im Hinblick auf das Markenimage von PayPal optimal steigern.“

Anja Urlichs, Leiterin Marketing bei PayPal

„TV-Werbung allein reicht für eine effektive Zielgruppenansprache schon heute oft nicht mehr aus. Die Hinzunahme von Online-Video-Kontakten wird daher zur Pflicht. Das Beispiel PayPal zeigt deutlich, welchen Beitrag eine integrierte Aussteuerung zum Kampagnenerfolg leisten kann.“

Michael Marzahn, Managing Director Optimedia Düsseldorf

„Die integrierte Aussteuerung von Kampagnen in TV und Online bewegt die Branche seit geraumer Zeit. Deshalb freuen wir uns, unseren Kunden eine Lösung anbieten zu können, die sich auf die besten im Markt verfügbaren Datenquellen stützt und kampagnenindividuell für die Aussteuerung zum Einsatz kommt.“

René Lamsfuß, Managing Director von Ninah

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

Mehr spannende Case Studies auf www.nugg.ad