



# Beeindruckender Targeting-Erfolg bei Katzenliebhabern!

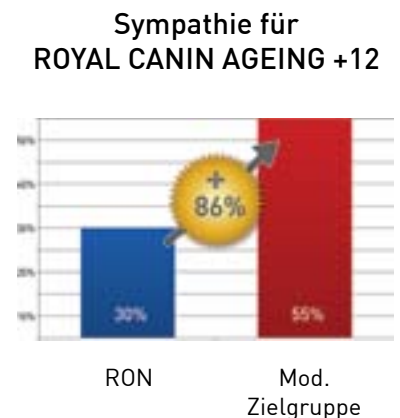
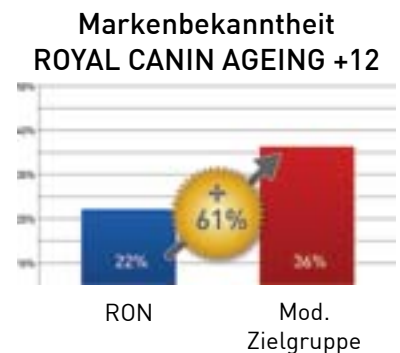
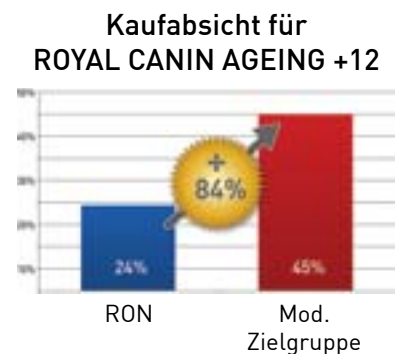
ROYAL CANIN steigert mit AdAudience und nugg.ad die Kaufbereitschaft für AGEING +12 um starke 84%

## ZIEL UND IDEE

- Steigerung der Kaufabsicht für das beworbene Produkt AGEING +12
- Modellierung einer optimalen Zielgruppe mit höchster Produktaffinität
- Evaluation der Ergebnisse anhand einer Vergleichsgruppe ohne Targeting

## UMSETZUNG

- Einsatz des **Branding Optimisers** zur Modellierung der Zielgruppe via Befragung
- Anschließende Auslieferung des Mediavolumens auf die affinen User
- Werbemittel: AdBundle im RoN
- Laufzeit 4 Wochen



## FAZIT

Der Einsatz des **Branding Optimisers** hat sich ausgezahlt:

- Deutlicher Uplift bei der Kaufabsicht um 84%
- Klare Steigerung der weiteren abgefragten Branding-Parameter
- Verwertung wertvoller Zielgruppen-Insights für weitere Kampagnen

Durch die Kombination von hoher Reichweite auf Qualitätsplattformen und individueller Targeting-Produkte wurde das Kampagnenziel in höchstem Maße erreicht.

**Kontakt**

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