



Smart Data Kooperation: Maßgeschneidertes Consumer Targeting mit Ekstra Bladet, Super Brugsen & nugg.ad

**+50% mehr Instore-Shopper & Bekanntheit
+78% höhere Werbeerinnerung**

Die Kooperation von Ekstra Bladet, Super Brugsen und nugg.ad ermöglicht hocheffektives Consumer-Targeting mit beeindruckenden Ergebnissen: **+78% mehr Werbeerinnerung** und **rund +50% mehr Bekanntheit & Instore-Käufer/innen**.

DIE KOOPERATION

Super Brugsen, eine der größten dänischen Supermarktketten und der führende dänische Publisher Ekstra Bladet haben einen **einzigartigen datengetriebenen Marketingansatz** entwickelt: Ekstra Bladet verzeichnet rund 1,7 Mio. wöchentliche Online-user, Super Brugsen mehr als 1,5 Mio. Shopper in über 220 Geschäften pro Woche. Auf der Basis **nugg.ad's smarter Technologie und Expertise** wurden **individuelle Shopper-Zielgruppen entwickelt**, indem anonymisierte Shopping- & Online-Daten kombiniert wurden.

nugg.ad METHODIK

nugg.ad's Data Science Spezialisten analysierten dazu **Shopping-Metadaten** sowie Userdaten von Super Brugsen – und fusionierten diese mit **nugg.ad Zielgruppenvariablen wie Shoppingpräferenzen und Soziodemographie**. Durch ein umfassendes Anonymisierungsverfahren wird maximaler Datenschutz gewährleistet. Um die **maßgeschneiderten Consumer-Zielgruppen** effektiv zu erreichen, analysiert nugg.ad's **einzigartige Machine-Learning-Technologie in Echtzeit** Zielgruppendaten auf der **Ekstrabladet.dk Website**.

Smartes Targeting individueller Consumer-Zielgruppen –
mittels Fusion von Shoppingverhalten & Online-Daten



KAMPAGNE

Super Brugsen setzte eine zweiwöchige Kampagne bei Ekstra Bladet auf Basis der fusionierten Segmente um. Es kamen verschiedene, **zielgruppenspezifische Online-Werbemittel** zum Einsatz, die mit individuellen Produkten, Design und Stil optimal auf die Präferenzen der Zielgruppen abgestimmt waren.

ERGEBNISSE

Die **von TNS Gallup auf Basis von mehr als 4.000 Usern gemessenen** Ergebnisse sind mehr als überzeugend: Die Targetingkampagne bewirkte eine um **+78% stark erhöhte Werbeerinnerung** und **+48% mehr Bekanntheit** – im Vergleich zur Kontrollgruppe ohne Kampagnenkontakt. Außerdem wurde ein bemerkenswerter **Zuwachs an Instore-Shoppern von rund +50% gemessen**, eine völlig neue Dimension der Werbeeffizienz auf Basis smarter Technologie und Expertise.

Messung von TNS Gallup – Werbekontakt mit Targeting vs. User ohne Kampagnenkontakt

| | | |
|-----------------------------------|---------------------------------------|--|
| BEKANNTHEIT +48% | WERBEERINNERUNG +78% | INSTORE-SHOPPER + ~ 50% |
|-----------------------------------|---------------------------------------|--|

| | |
|-----------------|---|
| ANSATZ | Entwicklung individueller Consumer-Zielgruppen für hocheffektives Targeting, basierend auf anonymen Shopping- und Userdaten |
| KAMPAGNE | Premium-Displaykampagne auf Ekstrabladet.dk mit unterschiedlichen, zielgruppenspezifischen Werbemitteln / 2 Wochen |

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

Mehr eindrucksvolle Case Studies auf www.nugg.ad