



Une publicité en ligne énergétique!

Pour eprimo, nugg.ad augmente la notoriété de la marque et l'intention de changer de fournisseur

axel springer
media impact

nugg.ad

eprimo, le discounteur de l'énergie, propose de l'électricité aux meilleures conditions possibles. L'entreprise primée à plusieurs reprises a récemment lancé une campagne de ciblage sur le portefeuille d'Axel Springer Media Impact, à l'aide de l'agence add2. Les solutions de ciblage avancées de nugg.ad ont été choisies pour cette campagne.

LA CAMPAGNE

Les objectifs de la campagne étaient d'une part l'augmentation de la notoriété de la marque et d'autre part l'augmentation de l'intention de changer de fournisseur d'électricité, pour eprimo. La cible avisée était les personnes de plus de 30 ans intéressées par l'immobilier.

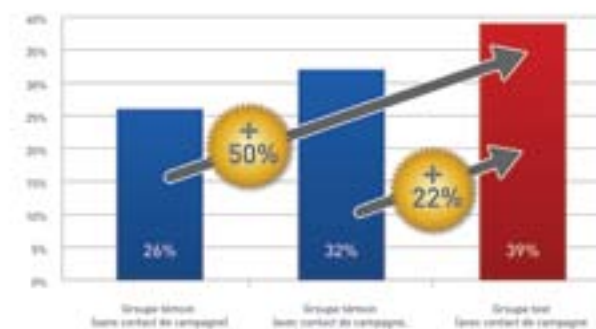
Sur une période de 4 semaines, les messages publicitaires ont été affichés auprès de la cible prédéfinie, grâce au ciblage comportemental prédictif de nugg.ad. Par le biais d'enquêtes en ligne et de son Brand Measurement, nugg.ad est parvenu à démontrer l'effet de la campagne sur la notoriété de la marque et sur l'intention de changer de fournisseur. Pour illustrer au mieux ces résultats, une base de comparaison a été établie: une campagne identique sans ciblage a été conduite auprès d'un groupe témoin.



LE RÉSULTAT

Une augmentation de 38 % de la notoriété de la marque eprimo et une intention de changer de fournisseur pour eprimo, en hausse de 50 %. Pour eprimo, la campagne de ciblage fut un succès probant.

INTENTION DE CHANGER DE FOURNISSEUR POUR EPRIMO



Contact
france@nugg.ad