



Wyrwać się z epoki lodowcowej! Modele MPV marki Peugeot nabierają tempa

TGrupa Annalect i nugg.ad obniżają koszt leada (CPL) dla firmy Peugeot o 27%



Francuski producent samochodów Peugeot wystartował wraz z wejściem na ekrany kin „Ice Age 4” szeroko zakrojoną kampanią displayową w oparciu o portfolio trzech marketerów premium.

Z pomocą szablo-zębnej wiewiórki Scrat i planu opracowanego przez Annalect Group Germany GmbH, uwaga użytkowników została zwrócona na rodzinne modele Peugeota. Celem było zwiększenie efektywności reklam i obniżenie kosztu leada. Aby go osiągnąć, Peugeot postawił na zewnętrzne segmenty grup docelowych udostępnione przez Data Solutions z nugg.ad.

KAMPANIA

W ciągu czterech tygodni została wyemitowana kampania u trzech wydawców (rys.1). Inteligentne powiązanie portfolio zapewniła dostarczona przez nugg.ad Open Targeting Platform™.

Ponadto nugg.ad przy pomocy Data Solutions mogłaskorzystać z danych zewnętrznych, umożliwiających precyzyjne osiągnięcie żądanej grupy docelowej: „użytkowników zainteresowanych nabyciem aut kombi, minivanów lub mikrobusów” w wybranych sieciach partnerskich.

Do zadań kampanii poza precyzyjnym osiągnięciem grupy docelowej i tym samym uniknięciem strat wynikających z rozproszenia działań należało przede wszystkim **zwiększenie ilości leadów** (zapisy na jazdę próbną), a także **minimalizacja kosztów przypadających na nowego klienta (cost per lead)**.

WYNIK

Wynik mówi sam za siebie! W porównaniu z wartością przeciętną **Cost Per Lead** został obniżony o ponad 27%. **Współczynnik konwersji wzrósł o 7,9 %**. Wprawdzie poza kosztami za media powstały także dalsze koszty za korzystanie z zewnętrznych danych, jednak dzięki nugg.ad grupa docelowa została namierzona tak dokładnie i efektywnie, że koszty przypadające na nowego klienta zostały znacznie obniżone. A więc czysty zysk!

„Zastosowanie Data Solutions nugg.ad w powiązaniu z Open Targeting Platform zdecydowanie opłaciło się, a kampania przekroczyła nasze najśmielsze oczekiwania. Chętnie powtórzymy ją” - mówi Doris Lambert, Media Manager w Peugeot.



rys. 1

	GRUPA KONTROLNA	nugg.ad DATA MANAGEMENT PLATFORM
OBNIŻENIE COST PER LEAD (CPL)	X	x - 27%
CEL	Zwiększenie ilości leadów przy jednoczesnym obniżeniu jego kosztu	
PRODUKT	nugg.ad Data Solutions + Open Targeting Platform™	
GRUPA DOCELOWA	Użytkownicy zainteresowani nabyciem aut kombi, minivanów lub mikrobusów	

Kontakt

+49 40 794 167 65-33 | data@nugg.ad