

Kampagnen-Kontrolle

So erhöhen Sie die Effizienz Ihrer Kampagne.

Ihr Nutzen

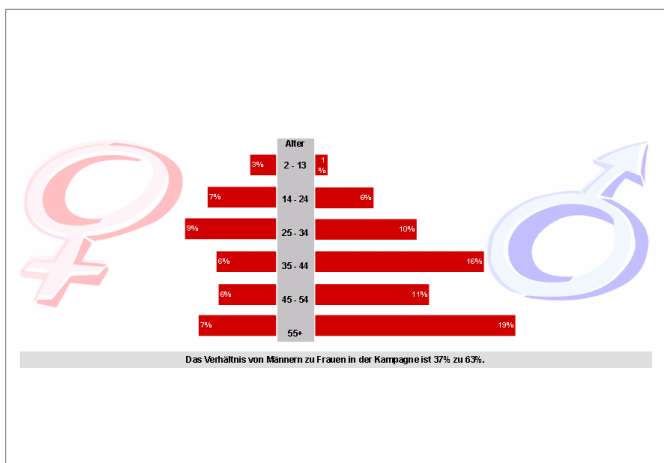
- Sie kontrollieren das Erreichen der Mediaziele.
- Sie erhalten Rückschlüsse zur Optimierung der nächsten Kampagnen.
- Sie messen den Streuverlust, den Brand Impact und die Conversions innerhalb der Zielgruppen.
- Sie erhalten Rückschlüsse über das Verhalten von Personen, die Ihre Werbung gesehen haben, im Vergleich zu nicht erreichten Personen.

Prüfen Sie das Erreichen Ihrer Mediaziele

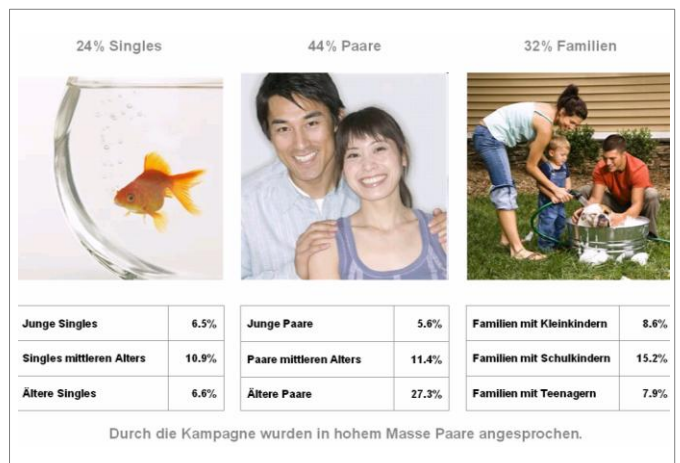
Ad Control, der Post-Test von DemoScope, zeigt Ihnen deutlich auf, ob Ihre Werbekampagne die angestrebten Mediaziele tatsächlich erreicht hat und wie hoch der Streuverlust ist. Zusätzlich zu den Leistungswerten liefern wir auch nähere Angaben zu Ihren Zielgruppen und zum Brand-Effekt.

Verwerten Sie die Media-Analyse

Mit Ad Effect von Nielsen Online steht uns eine integrale Mediaanalyse-Lösung zur Verfügung. Um die Kampagnenanalyse zu vervollständigen, reichern wir die Ergebnisse mit wertvollen Reportingdaten an. Zudem prüfen wir mit einer Auswahl von Testverfahren die Werbewirkung von Einzelsujets oder gesamten Kampagnen, und das über alle Medien.



Beispiel «Demografie» (Screenshot)



Beispiel «Zielgruppen-Profile» (Screenshot)

Unser Controlling

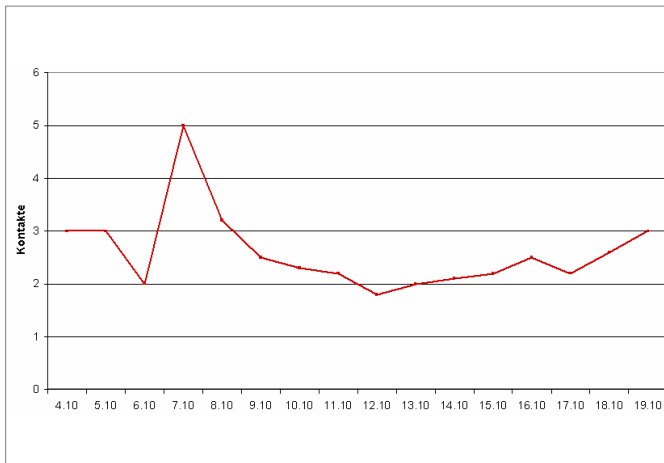
- Daten zu Nettoreichweiten, Durchschnittskontakten (OTS), Werbedruck (GRP), Conversions, Nutzungsintensität und Kaufabsichten.
- Werte zu Beachtung, Sympathie und Bekanntheit.
- Sozio- und psychografische Analyse der Personen, die Ihre Kampagne sahen.
- Benchmarking nach Branchen.
- Kommentare und Empfehlungen aus unserem Reporting.

Zusatzleistungen

Wir führen auch Befragungen zum Brand Impact durch (Bekanntheit, Image, Kaufintention, Werbeerinnerung, Berechnung der optimalen Frequenz sowie 4 bis 6 individuelle Fragen). Auf Wunsch ergänzen wir unsere Analysen mit weiteren Daten.

Methodik

Die Werbemittel werden mit einem Code von Nielsen Online markiert. Die Panelsoftware von Nielsen NetView erfasst diese Codes und verbindet die Messung mit den Nutzerdaten (z.B. der Soziodemografie) aus dem Panel.



Beispiel «Kontaktaufbau» (Screenshot)

Timing

Den Erhebungszeitraum passen wir der Laufzeit Ihrer Kampagnen an.

Gesamtkampagne		14 bis 24 Jahre		14 bis 34 Jahre	
Internetnutzer	4'088'755	Internetnutzer	488'599	Internetnutzer	1'175'839
Nettoreichweite	221'263	Nettoreichweite	27'080	Nettoreichweite	68'314
Active Reach (%)	5.4%	Active Reach (%)	5.5%	Active Reach (%)	5.8%
Ø Sichtkontakte	4.16	Ø Sichtkontakte	3.34	Ø Sichtkontakte	3.13

31% der erreichten Nettonutzer fallen in die Zielgruppe 14 bis 34 Jahre

Beispiel «Studienergebnisse» (Screenshot)

Wir freuen uns, von Ihnen zu hören

Haben Sie Fragen? Wünschen Sie weitere Informationen? Wenden Sie sich bitte vertrauensvoll an uns.

+41 44 250 31 00
info@publimedia.ch