

MINDMONITOR

Locker

Agenda

- 1 | **Vorstellung Mindmonitor**
- 2 | **Allgemeine Informationen**
- 3 | **Resultate Kampagne**
- 4 | **Resultate Marke**
- 5 | **Zusammenfassung**



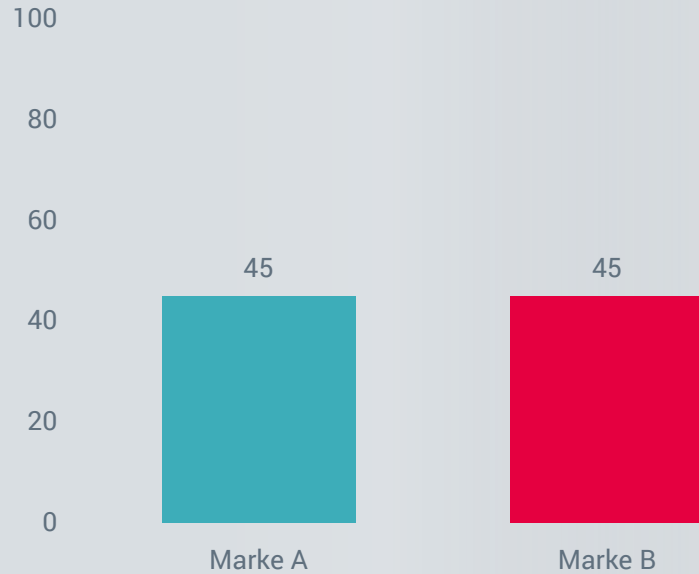
Key Facts Mindmonitor



Beispiel für kampagnenspezifische Analyse

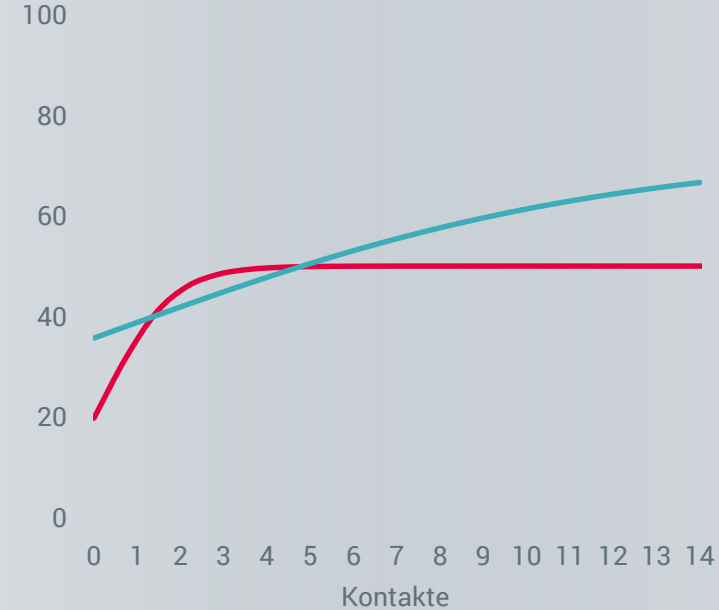
Ad Recognition: Mittelwert

Benchmark und Basis für Beurteilung



Ad Recognition nach Mediakontakten

Lernkurven zum besseren Verständnis der Werbewirkung



Überblick

Ziele:

- Analyse der Werbewirkung aller eingesetzten Medien
- Verständnis für die Mechanik der Werbewirkung
- Learnings für zukünftige Einsätze

Methode:

- Zeitpunkt: Befragung am Ende der Kampagne
- Erhebung: Online Befragung
- Stichprobe: Mediazielgruppe der Kampagne
- Fallzahl: Minimum = 500

Anforderungen:

- Online: mind. 8 Mio. AI's in den 4-8 Wochen vor Erhebung
- Andere Medien: mind. 250 GRP in den 4-8 Wochen vor Erhebung

Erhebungsinhalte:

- Werbewirkung:
 - Markenbekanntheit (gestützt, ungestützt)
 - Werbeerinnerung (gestützt, ungestützt)
 - Recognition
 - Weitere, auch kundenindividuelle KPI's ...
- Mediennutzung:
 - Online via Cookie-Tracking
 - Andere Medien über Fragebogen
- Demografie

Agenda

- 1 | Vorstellung Mindmonitor
- 2 | **Allgemeine Informationen**
- 3 | Resultate Kampagne
- 4 | Resultate Marke
- 5 | Zusammenfassung



Mindmonitor Factsheet

Loacker September 2018

Feldzeit	17.09. – 23.09.2018 (KW 38)
Werbezeitraum	16.07. – 16.09.2018
Methode	Online Interviews
Medium	TV
Budget lt. Nielsen	3.659 T€
Anzahl Schaltungen	1.504
Zielgruppe	HHF 20-49
Fallzahl	n=1.008

Kreation (TV)

Loacker 20" & Marktguru Reminder 4"



Vergleich verschiedener Gruppen

ohne Kontakt

- Teilmenge der Gesamtstichprobe
- Befragte ohne TV-Kontakt
- vergleichbar mit einer Nullmessung vor Kampagnenstart

mit Kontakt

- Teilmenge der Gesamtstichprobe
- Befragte mit TV-Kontakt,
- bildet die Leistung des Werbemittels ab

Gesamt

- Gesamtstichprobe
- Ergebnis über alle Befragten unabhängig von TV-Kontakt
- bildet Gesamtleistung der Kampagne ab

Gesamtleistung der Kampagne



Leistung des Werbemittels



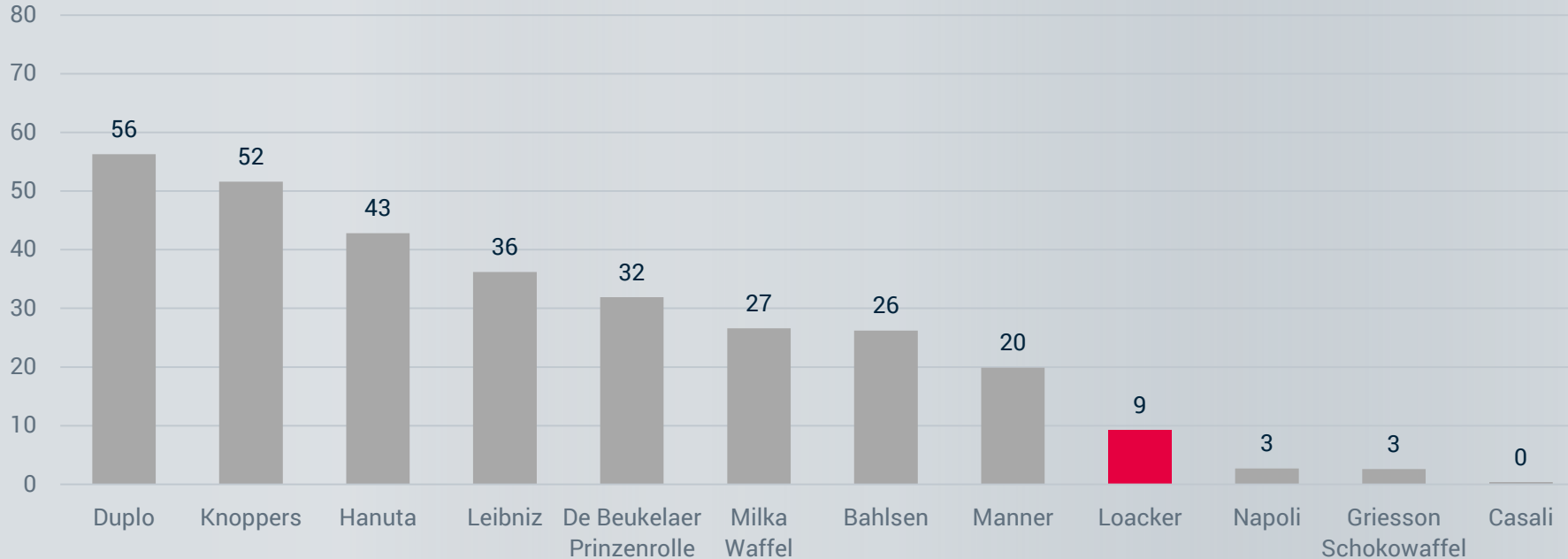
Agenda

- 1 | Vorstellung Mindmonitor
- 2 | Allgemeine Informationen
- 3 | **Resultate Kampagne**
- 4 | Resultate Marke
- 5 | Zusammenfassung



Jeder Zehnte kann sich gestützt an Werbung für Locker erinnern

Aided Ad Awareness Angaben in %



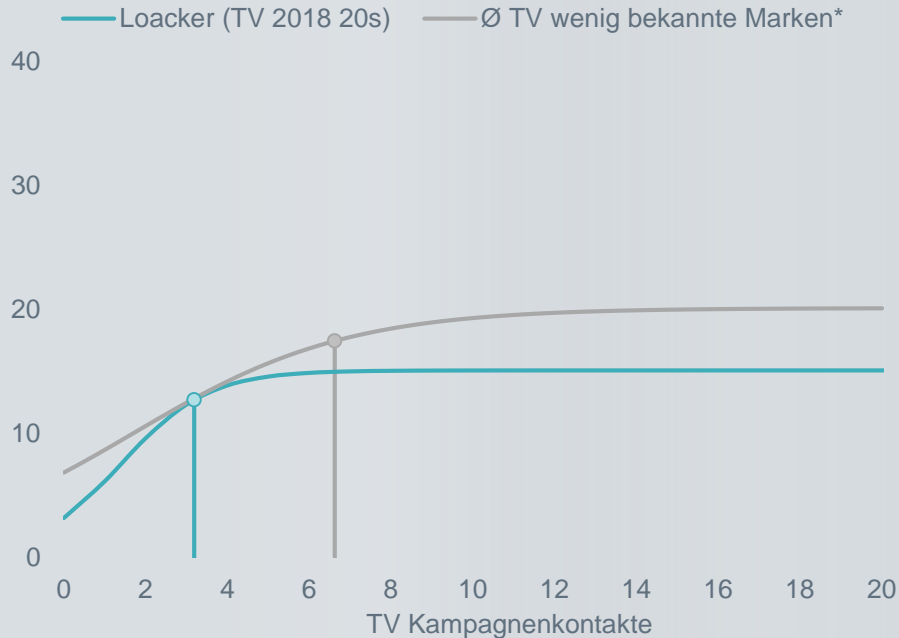
Gestützte Werbeerinnerung profitiert von TV-Kontakt

Aided Ad Awareness Angaben in %

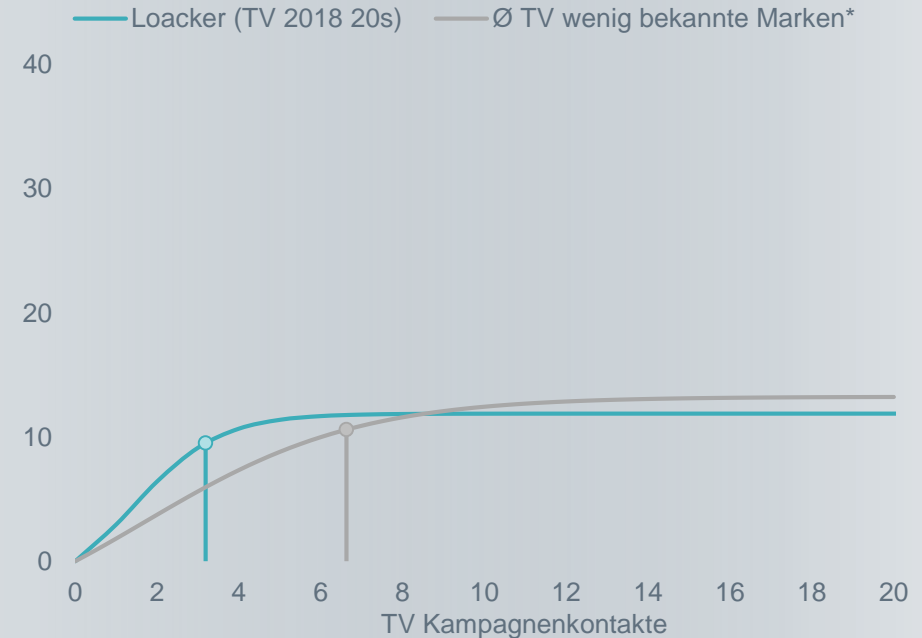


Die Locker Kampagne ist effektiver als die Benchmark

Aided Ad Awareness
Angaben in %



Aided Ad Awareness Zuwachskurven
Angaben in %



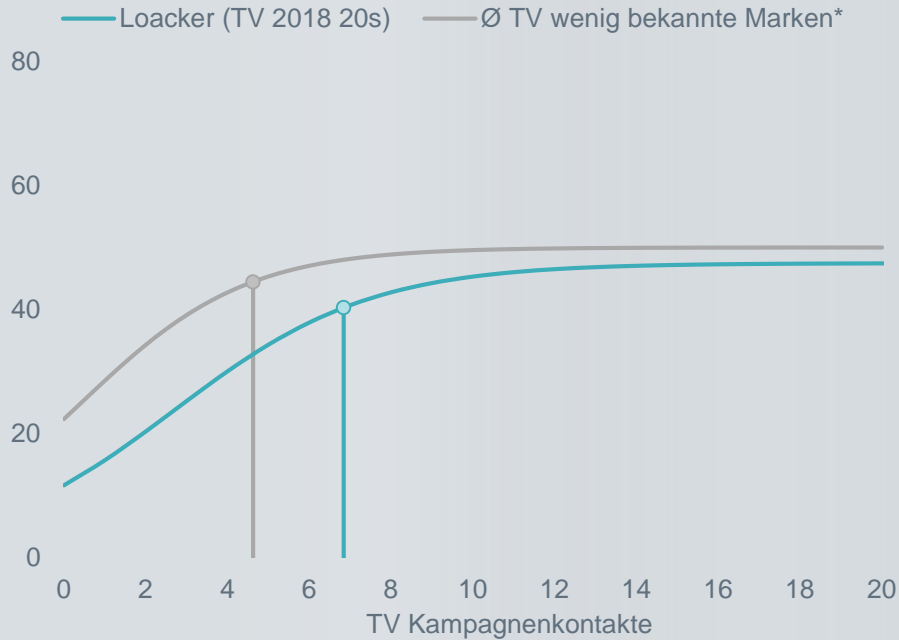
Ein klarer und großer TV-Effekt ist erkennbar

Ad Recognition Angaben in %

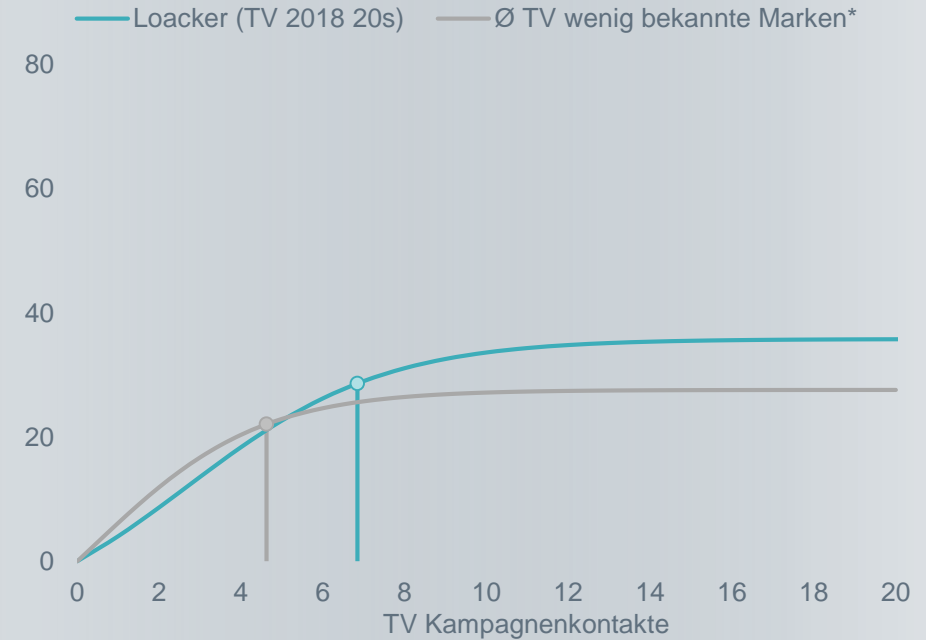


Der TV Spot überzeugt durch den Zuwachs

Ad Recognition Angaben in %



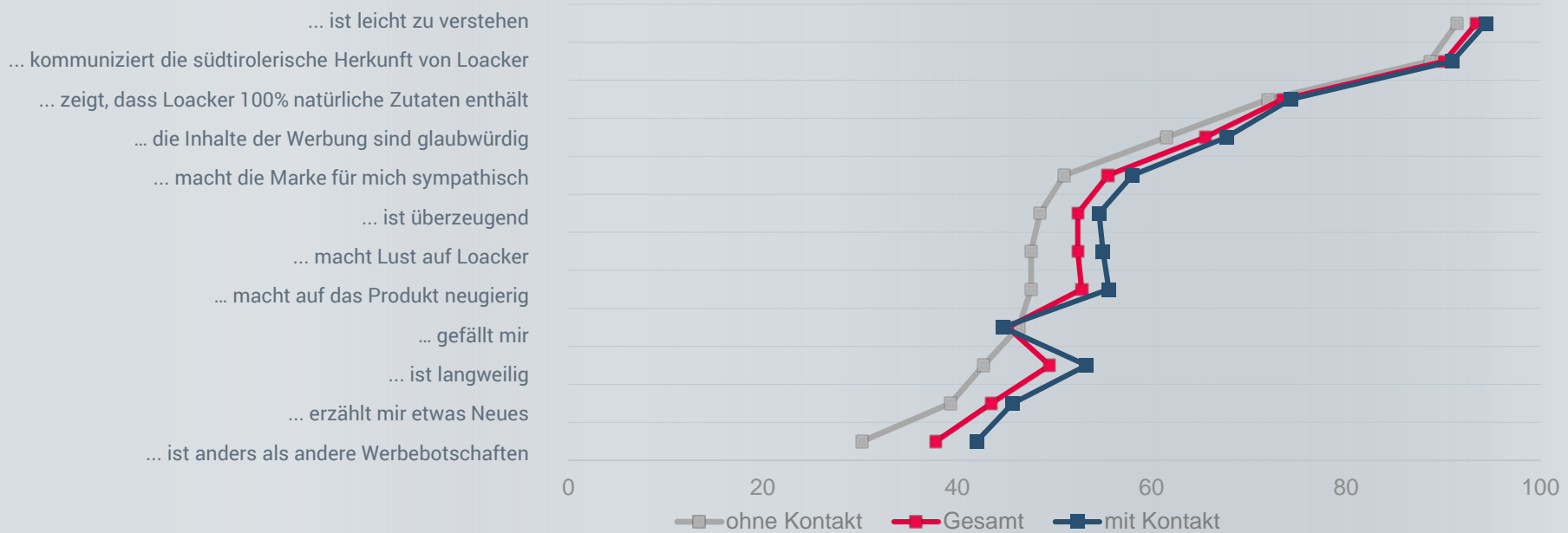
Ad Recognition Zuwachskurven Angaben in %



Herkunft und Natürlichkeit der Produkte werden gut kommuniziert

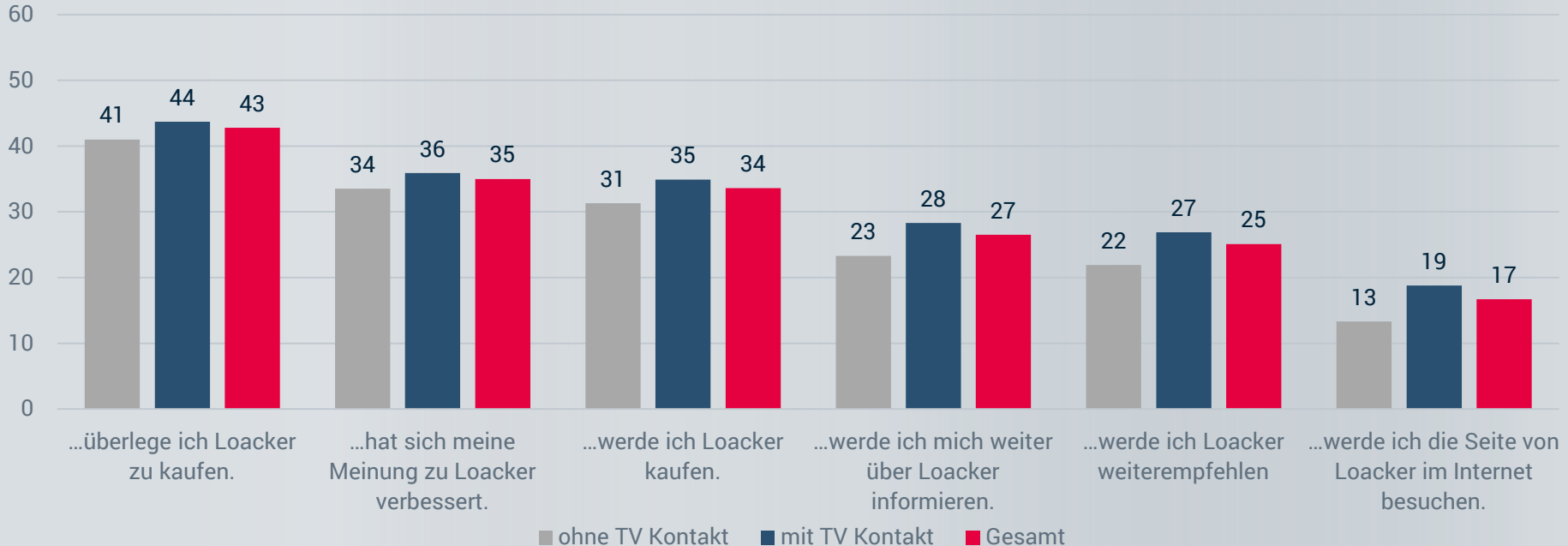
Ad Evaluation

Angaben in % (TopTwo)



Eindeutig positive Effekte durch TV-Kontakt

Ad Engagement Angaben in %



Agenda

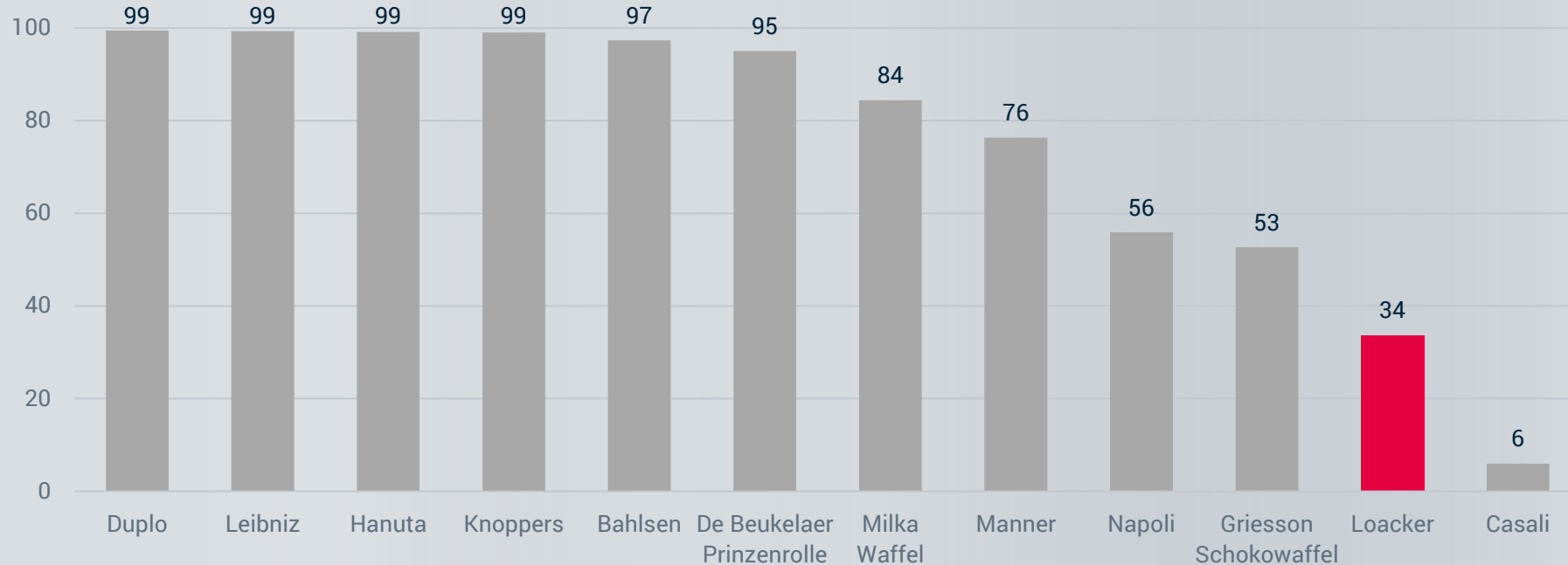
- 1 | Vorstellung Mindmonitor
- 2 | Allgemeine Informationen
- 3 | Resultate Kampagne
- 4 | **Resultate Marke**
- 5 | Zusammenfassung



Ein Drittel der Befragten kennt aktuell die Marke Loacker

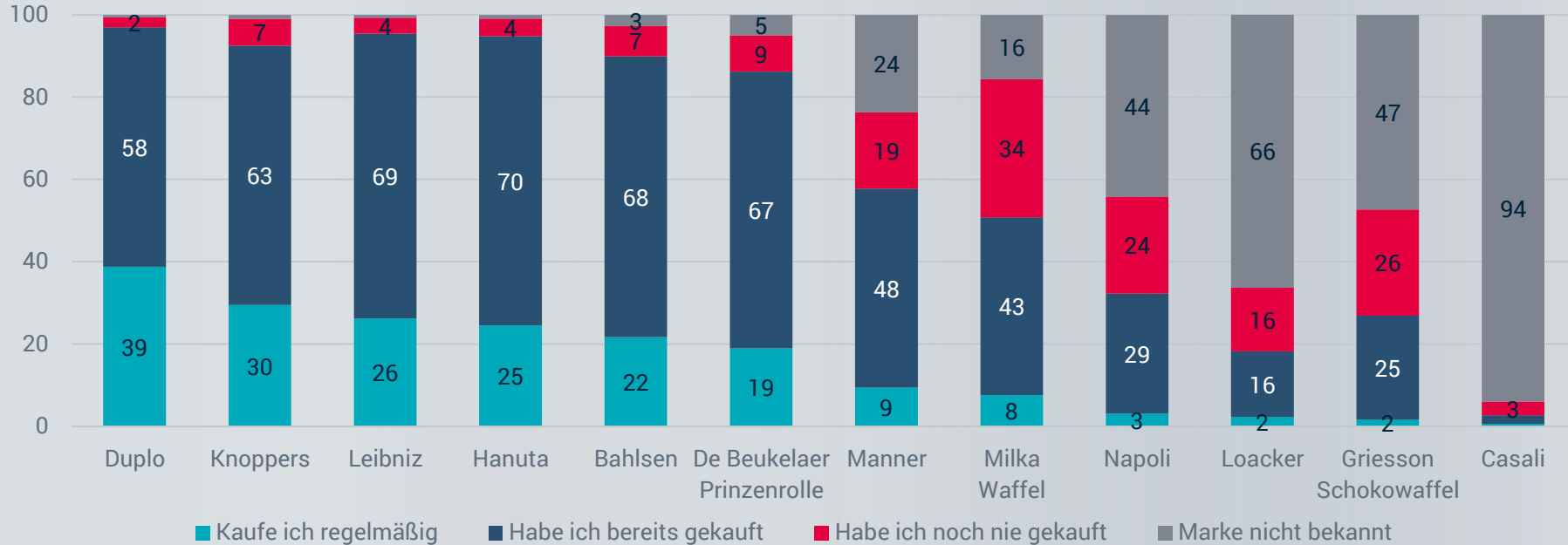
Aided Brand Awareness

Angaben in %



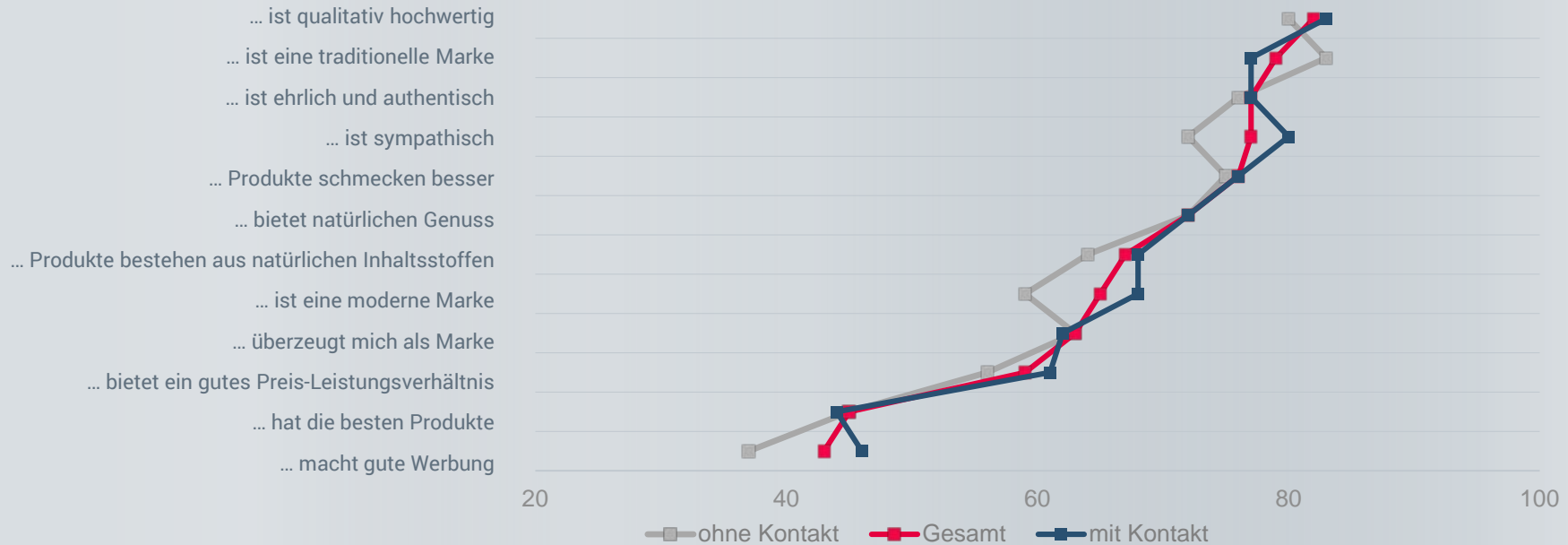
18 Prozent Locker-Käufer

Kauf
Angaben in %



Loacker wirkt traditionell, hochwertig und authentisch

Markenimage
Angaben in % (TopTwo)



Agenda

- 1 | Vorstellung Mindmonitor
- 2 | Allgemeine Informationen
- 3 | Resultate Kampagne
- 4 | Resultate Marke
- 5 | **Zusammenfassung**



Fazit

Marke

- Loacker besitzt ein positives Image.
- Aktuell kennen 34 Prozent die Marke.

Kreation

- Der TV Spot wird gut und schnell gelernt.
- Er kommuniziert die Produkteigenschaften erfolgreich und rückt die Marke ins Relevant Set.

Media

- TV beweist eine klare und große Werbewirkung.
- Die TV Kampagne zeigt eindeutige Effekte auf Werbeparameter und sie steigert das Wissen um die Marke Loacker.

FRANZISKA ROCHAU

Medienallee 4

D-85774 Unterföhring

+49 [0] 89 9507 4352

franziska.rochau@sevenonemedia.de