

FLACONI

„WEDDING LOOKS“

BRAND ENGAGEMENT MEASUREMENT
BERLIN 25.08.2017

*Royal, Boho,
Vintage,
Cosmopolitan*

Welcher Look
ist Ihr Favorit?



JETZT ENTDECKEN

EXECUTIVE SUMMARY – BRAND ENGAGEMENT MEASUREMENT

- In der **Overall** Betrachtung konnten über alle Brand Impact Items hohe Uplifts erzielt werden.

+130% Awareness		+141% Purchase Intention
	+156% Sympathy	

- Im Flight mit der Zielgruppe „Frauen, 20-39 Jahre und Zalando Buyer“ konnten die höchsten Brand KPI Steigerungen durch die Zalando Daten und das PEP Format erzielt werden.

+139% Awareness		+148% Purchase Intention
	+184% Sympathy	

RESEARCH SET-UP & ERGEBNISSE IM DETAIL

RESEARCH SET-UP

Werbeformate: PEP Video Expand

Kunde: Flaconi

Kampagnenzeitraum: 29.06.-20.08.2017

Verwendetes Kampagnenbudget: 11.000€

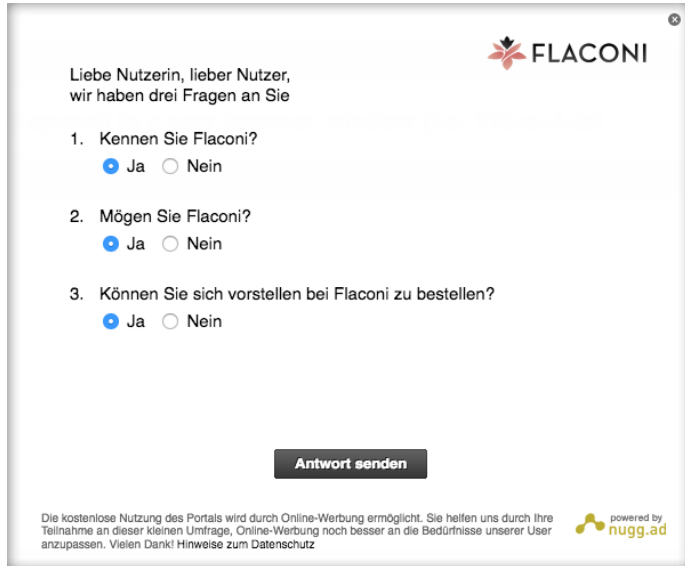
Umfelder: SevenOneMedia über Active Agent

Zalando-Segmente: Frauen 20-39Jahre, Zalando Buyer/ Frauen 20-39Jahre ,
Fashion category dresses OR special occasion clothing

Erhebungsform: Online Befragung (Brand Engagement Measurement)

Stichprobe: n=734

BRAND IMPACT: BRAND ENGAGEMENT MEASUREMENT



FLACONI

Liebe Nutzerin, lieber Nutzer,
wir haben drei Fragen an Sie

1. Kennen Sie Flaconi?
 Ja Nein
2. Mögen Sie Flaconi?
 Ja Nein
3. Können Sie sich vorstellen bei Flaconi zu bestellen?
 Ja Nein

Antwort senden

Die kostenlose Nutzung des Portals wird durch Online-Werbung ermöglicht. Sie helfen uns durch Ihre Teilnahme an dieser kleinen Umfrage, Online-Werbung noch besser an die Bedürfnisse unserer User anzupassen. Vielen Dank! Hinweise zum Datenschutz

powered by **nugg.ad**

Erhebung des Brand Impacts über ein Brand
Engagement Measurement:

1) **Kontrollgruppe:** ohne Kampagnenkontakt mit Targeting

2) **Testgruppe:** Kampagnenkontakt mit Targeting

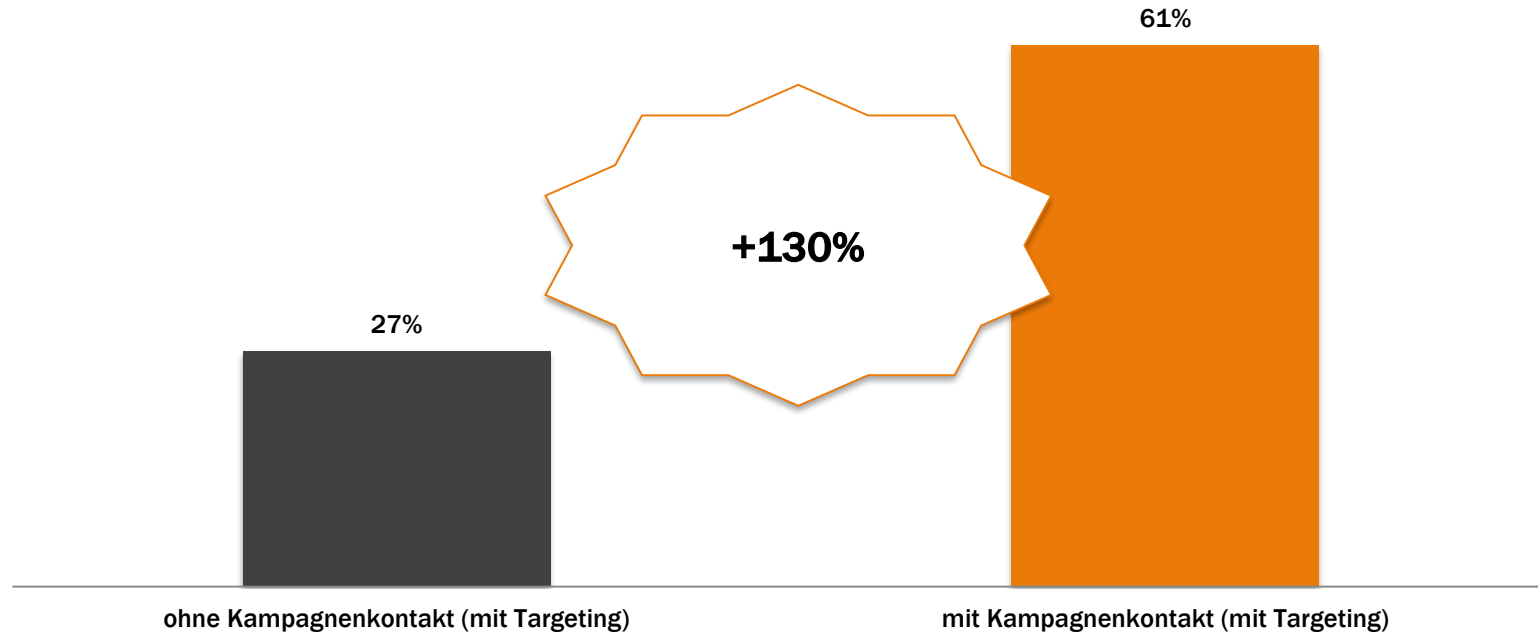
EXECUTIVE SUMMARY – RESEARCH ERGEBNISSE OVERALL

- BRAND IMPACT
 - AWARENESS
 - SYMPATHY
 - PURCHASE INTENTION

+130% Awareness		+141% Purchase Intention
	+156% Sympathy	

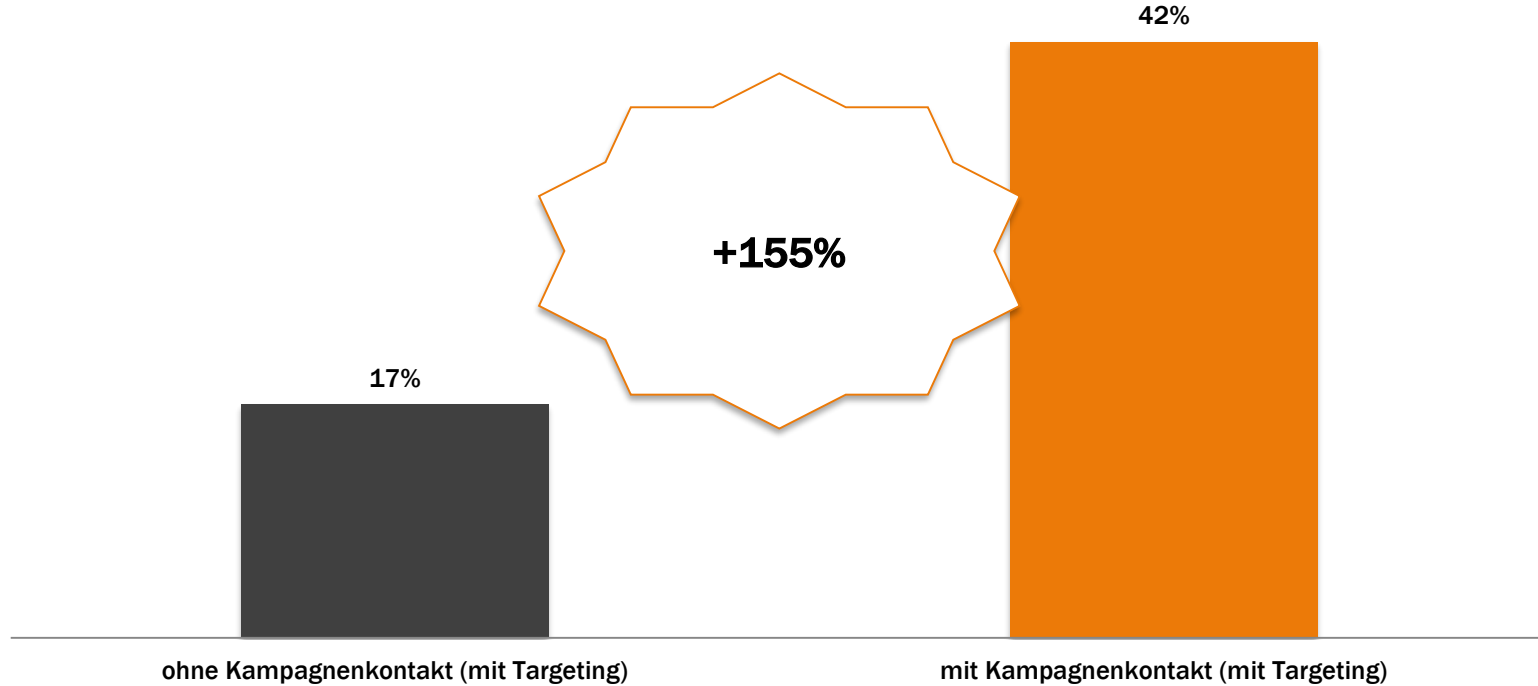
BRAND AWARENESS **OVERALL**

Frage 1: Kennen Sie Flaconi?



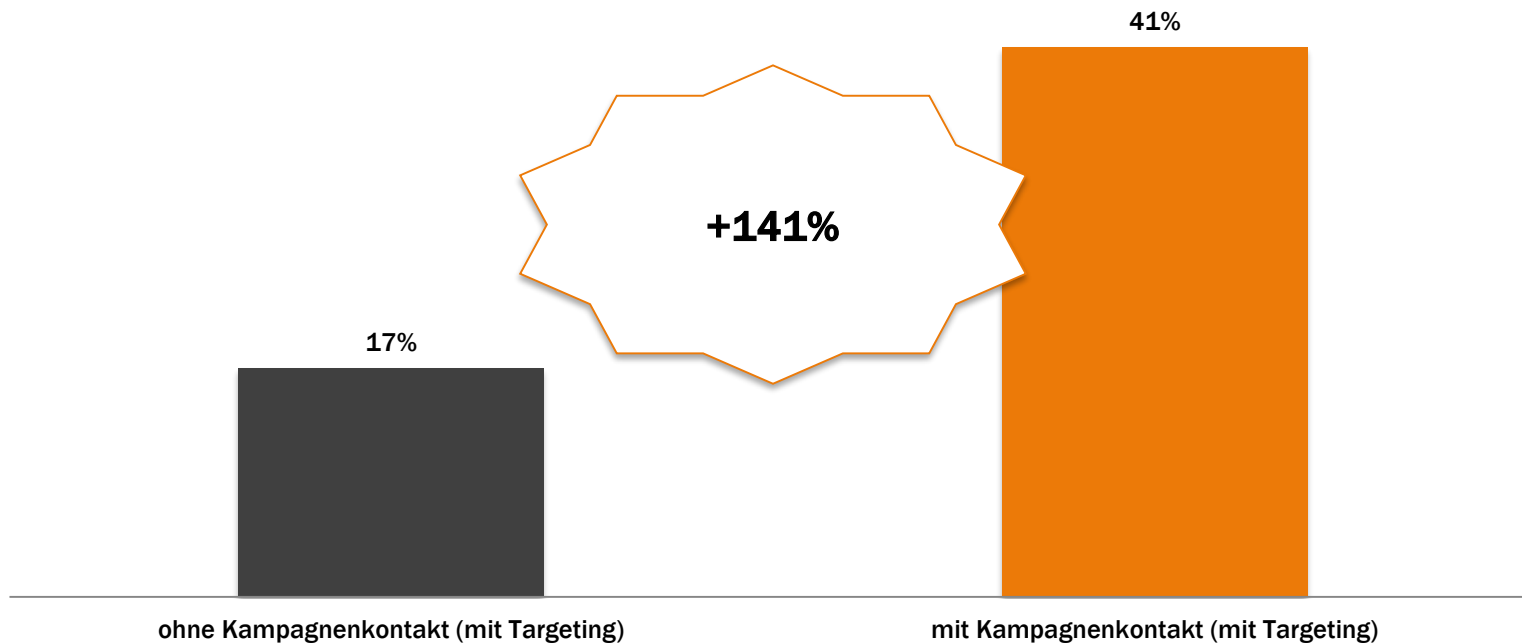
BRAND SYMPATHY **OVERALL**

Frage 2: Mögen Sie Flaconi?



PURCHASE INTENTION **OVERALL**

Frage 3: Können Sie sich vorstellen bei Flaconi zu bestellen?



EXECUTIVE SUMMARY – RESEARCH ERGEBNISSE

FRAUEN 20-39JAHRE, ZALANDO BUYER

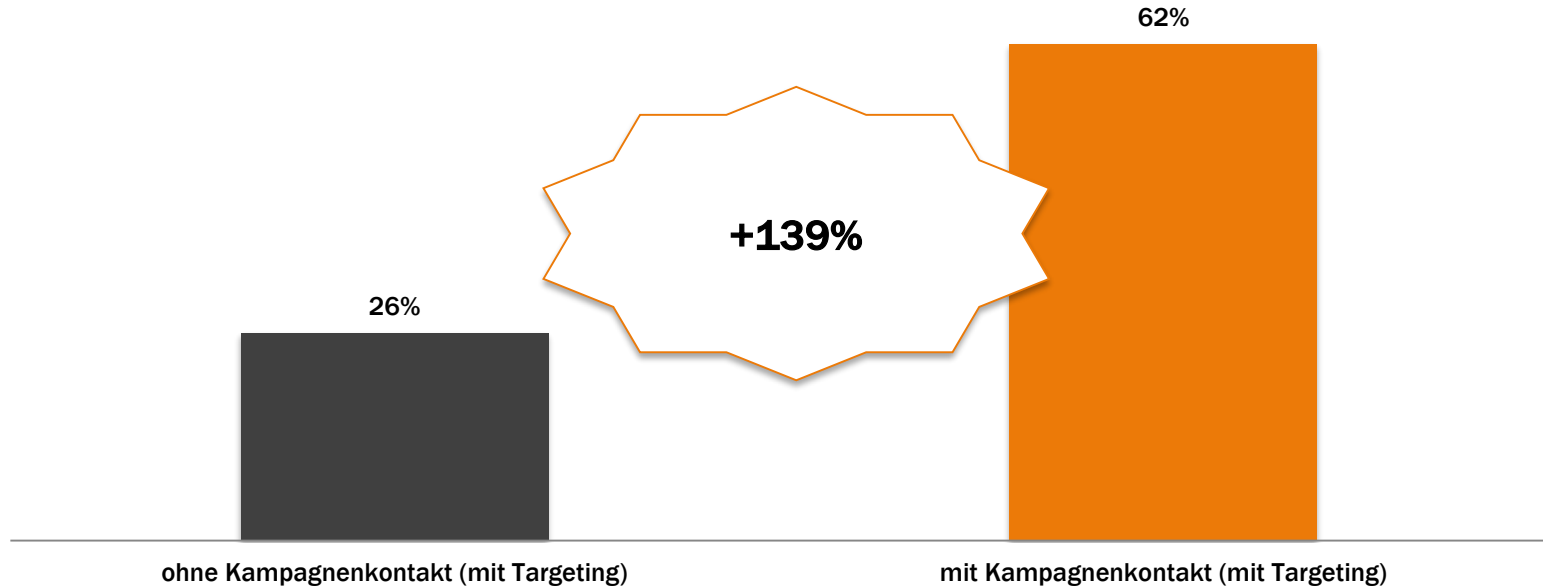
- **BRAND IMPACT**
 - AWARENESS
 - SYMPATHY
 - PURCHASE INTENTION

+139% Awareness		+148% Purchase Intention
	+184% Sympathy	

BRAND AWARENESS

FRAUEN 20-39JAHRE, ZALANDO BUYER

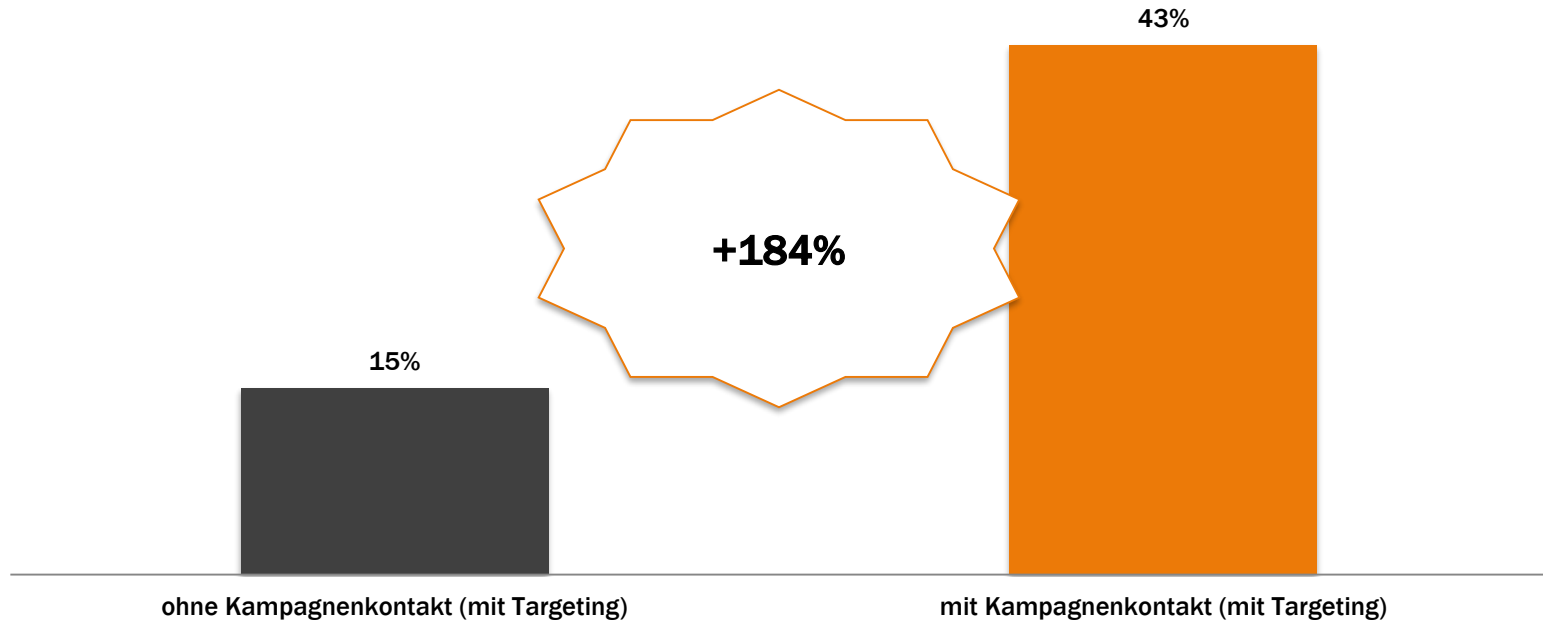
Frage 1: Kennen Sie Flaconi?



BRAND SYMPATHY

FRAUEN 20-39JAHRE, ZALANDO BUYER

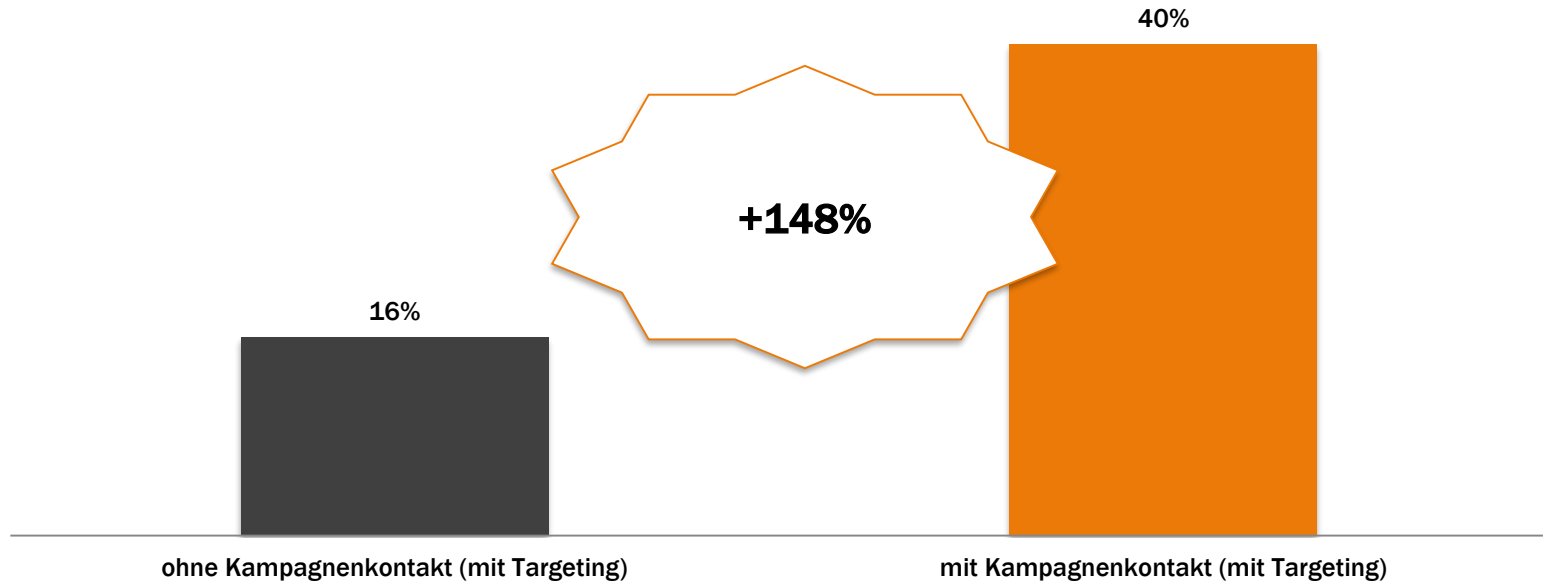
Frage 2: Mögen Sie Flaconi?



PURCHASE INTENTION

FRAUEN 20-39JAHRE, ZALANDO BUYER

Frage 3: Können Sie sich vorstellen bei Flaconi zu bestellen?



EXECUTIVE SUMMARY – RESEARCH ERGEBNISSE

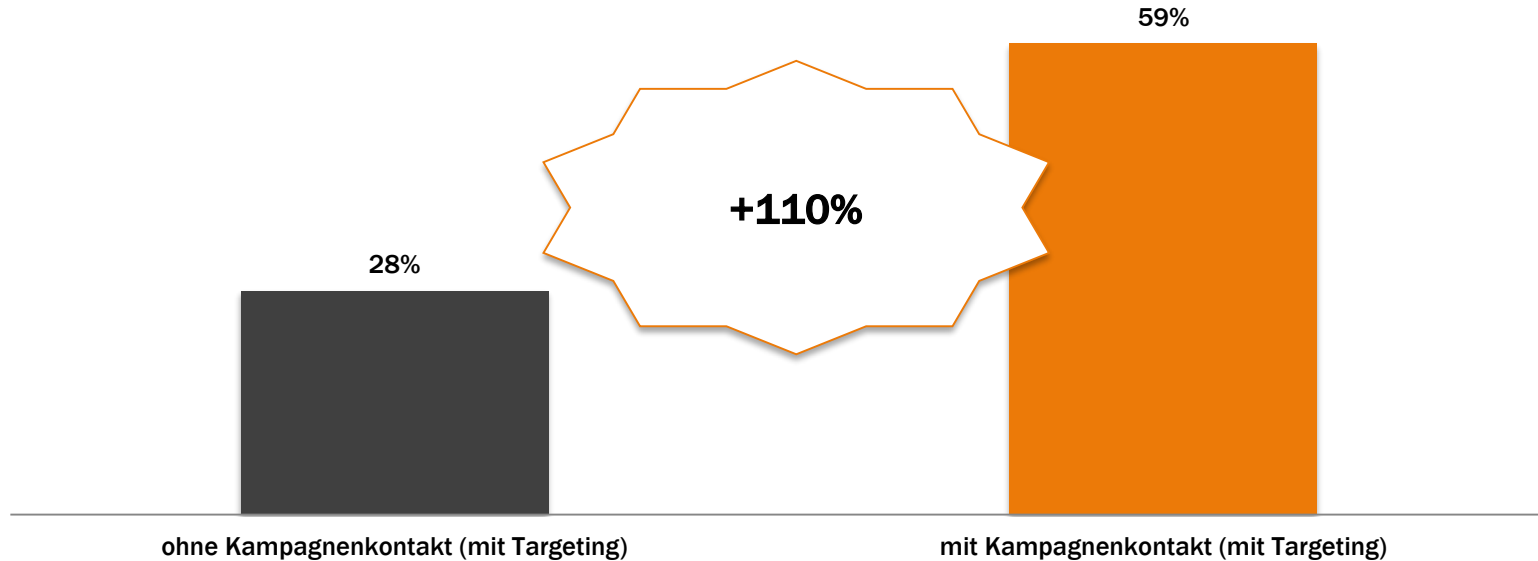
FRAUEN 20-39JAHRE , FASHION CATEGORY DRESSES OR SPECIAL OCCASION CLOTHING

- **BRAND IMPACT**
- AWARENESS
- SYMPATHY
- PURCHASE INTENTION

+110% Awareness		+126% Purchase Intention
	+104% Sympathy	

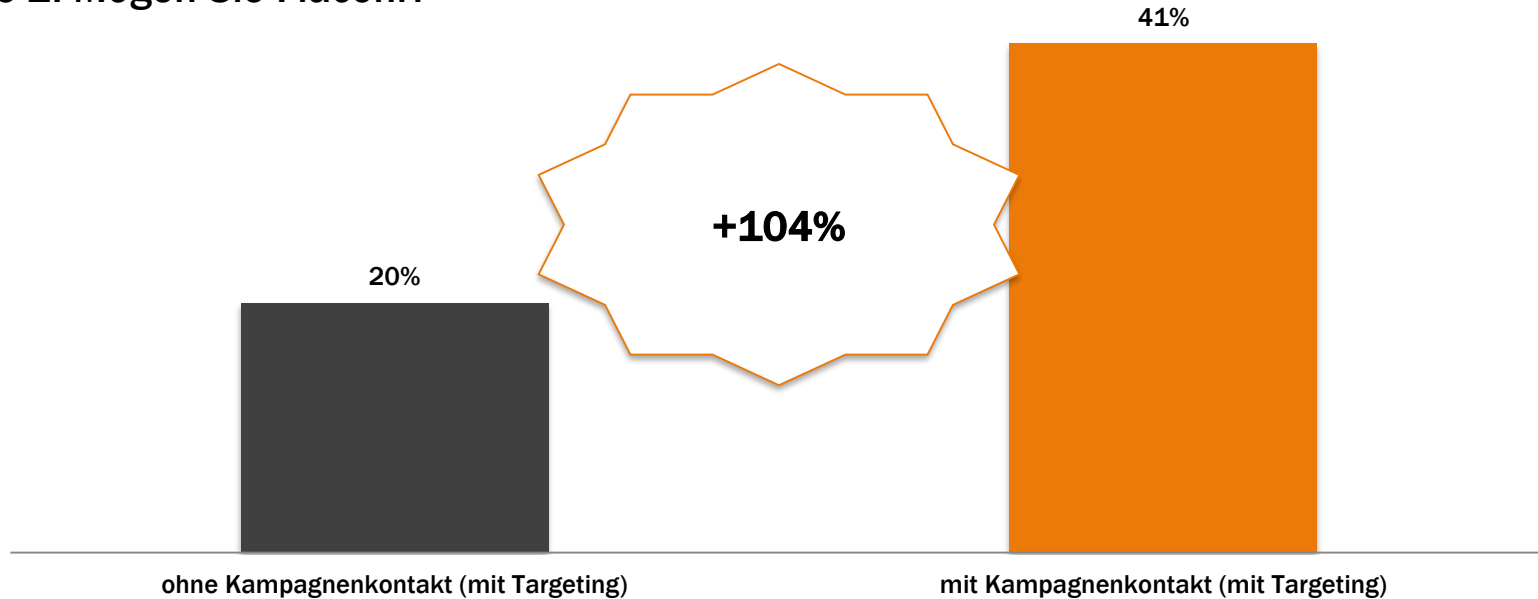
BRAND AWARENESS – FRAUEN 20-39JAHRE , FASHION CATEGORY DRESSES OR SPECIAL OCCASION CLOTHING

Frage 1: Kennen Sie Flaconi?



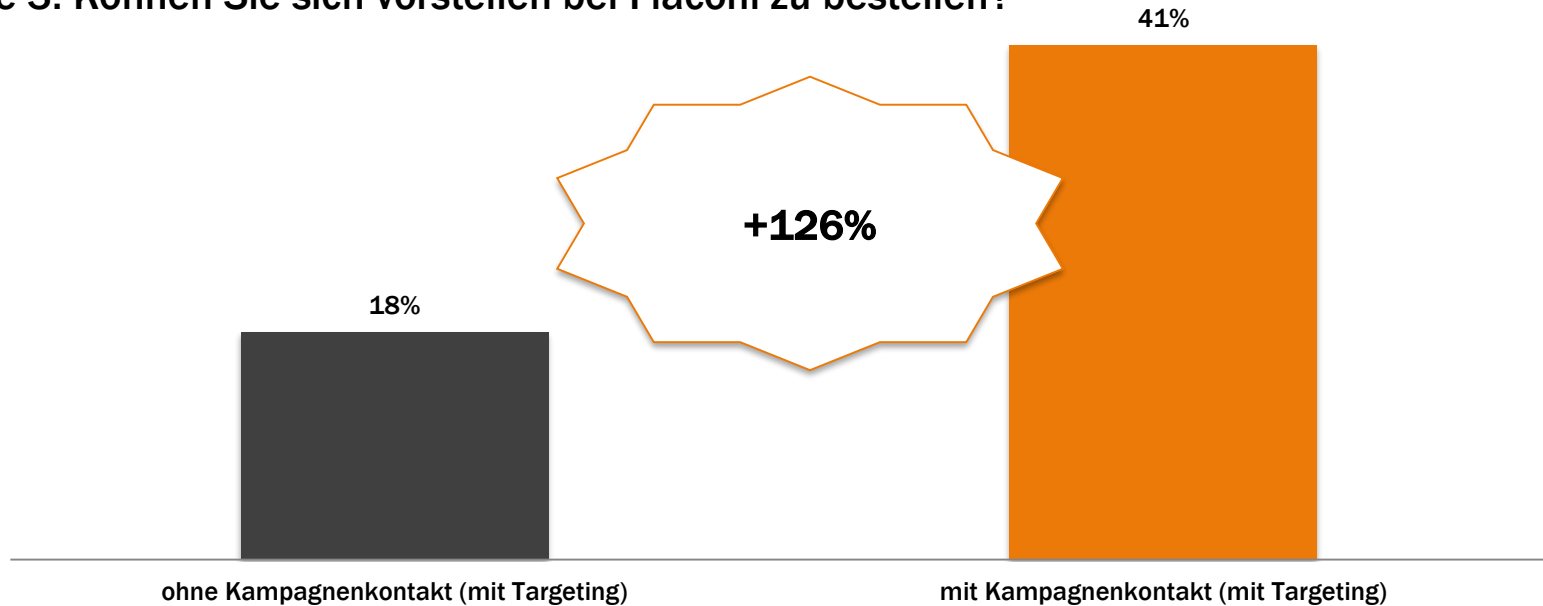
BRAND SYMPATHY – FRAUEN 20-39JAHRE , FASHION CATEGORY DRESSES OR SPECIAL OCCASION CLOTHING

Frage 2: Mögen Sie Flaconi?



PURCHASE INTENTION - FRAUEN 20-39JAHRE , FASHION CATEGORY DRESSES OR SPECIAL OCCASION CLOTHING

Frage 3: Können Sie sich vorstellen bei Flaconi zu bestellen?



FAZIT – BRAND ENGAGEMENT MEASUREMENT

- Durch den Einsatz des PEP-Formats und der Zalando Daten konnten alle Branding KPIs sowohl in der Overall- als auch der Zielgruppenbetrachtung mehr als verdoppelt werden.
- Betrachtet man die einzelnen Zielgruppen, konnten die Branding KPIs innerhalb der Zielgruppe „Frauen 20-39 Jahre, Zalando Buyer“ am meisten gesteigert werden, hier wurden folgende Uplifts gemessen:
 - Awareness +139%
 - Sympathy +184%
 - Purchase Intention +148%