



G-STAR RAW DENIM JOURNEYS VIDEOKAMPAGNE STEIGERT BRAND IMPACT

In Zusammenarbeit mit Zalando Media Solutions und SevenOne Media erreicht G-Star Raw weibliche und männliche Audiences mit einer eindrucksvollen Videokampagne

ZENTRALES ERGEBNIS

HOHE STEIGERUNG DER KAUFABSICHT MIT ZMS UND SEVENONE MEDIA

+106%

STEIGERUNG
MARKENBEKANNTHEIT

+108%

STEIGERUNG
KAUFABSICHT

+97%

STEIGERUNG
MARKENSYPATHIE

KAMPAGENZIELE

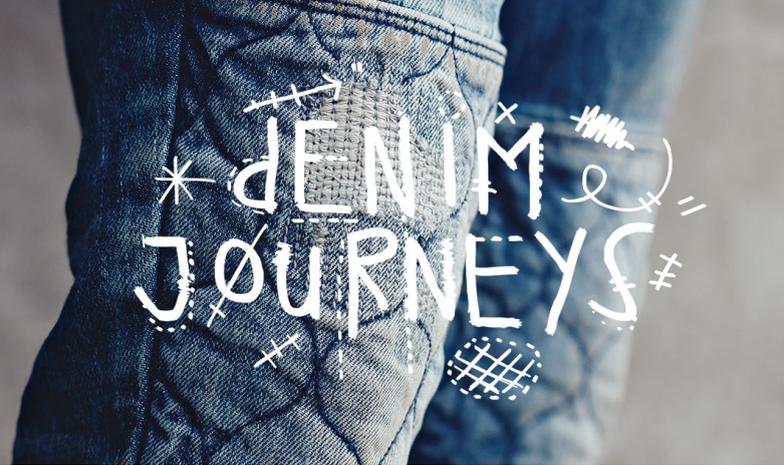
Mit der G-Star RAW Denim Journeys Kampagne wollte das Unternehmen die Bekanntheit, Kaufabsicht und Sympathie für G-Star RAW steigern.

ANSPRACHE FAKTISCHER ZALANDO AUDIENCES MIT ONLINE VIDEO

Unterschiedliche Denim-Testimonials waren das Thema der Kampagne: ein Denim Sammler, eine BMX Fahrerin und ein Künstler. Die Videos wurden in einem Zeitraum von 8 Wochen spezifisch an weibliche und männliche Zalando Audiences zwischen 20 und 49 Jahren ausgeliefert. Die Umsetzung der Kampagne erfolgte auf den Seiten von SevenOne Media und ergänzenden Premiumumfeldern.

ERFOLGSMESSUNG

Um den Kampagneneffekt im Vergleich zu einer Kontrollkampagne ohne Targeting zu messen, wurden Marktforschungsbefragungen an User ausgeliefert – zum einen an die Testgruppe mit Kontakt zur Targetingkampagne, sowie an die Kontrollgruppe mit Kontakt zur Kampagne ohne Targeting. So konnten Markenbekanntheit, Kaufabsicht und Sympathie für G-Star detailliert evaluiert werden.



KAMPAGNENERGEBNISSE

In der spezifischen Kampagnenzielgruppe wurde eine erhebliche Steigerung der Kaufabsicht gemessen im Vergleich zur Kontrollgruppe ohne Targeting. Auch Markenbekanntheit und Sympathie wurden in der weiblichen und männlichen Zielgruppe gesteigert – ein klarer Beleg für die Effektivität, spezifische Zielgruppen mit Premium Videoformaten anzusprechen.

ZENTRALES ERGEBNIS:

HOHE STEIGERUNG DER KAUFABSICHT MIT ZMS UND SEVENONE MEDIA

STEIGERUNG MIT TARGETING-KONTAKT IM VERGLEICH ZUR KAMPAGNE OHNE TARGETING

+106%

STEIGERUNG MARKENBEKANNTHEIT

+108%

STEIGERUNG KAUFABSICHT

+97%

STEIGERUNG MARKENSYPATHIE



	FRAUEN	MÄNNER
BEKANNTHEIT	+89%	+127%
SYMPATHIE	+79%	+118%
KAUFABSICHT	+86%	+133%

STEIGERUNG IN DER WEIBLICHEN / MÄNNLICHEN ZIELGRUPPE IM VERGLEICH ZUR KAMPAGNE OHNE TARGETING

A collaborative campaign produced by:

G-STAR RAW

ZMS

SevenOne Media