

Digital Story

Digital wirkt



Weshalb
digital planen?



**Besonders
nachhaltige digitale
Crossmediakontakte**



**Höhere
Nettoreichweite
Schnellerer
Reichweitemaufbau**

Test

Digitalmarketingkampagnen

Online-Mobile

Vier Digitalkampagnen im iqd Portfolio

Betrachteter Kampagnenzeitraum: März 2015



Audi
Vorsprung durch Technik



vodafone



Mercedes-Benz

Herausforderung

Vier Digitalbuchungen

Komplette Bandbreite an digitalen Buchungsoptionen



■ Homepagefestplatzierungen

■ Portalbuchungen

■ Rubrikenbuchungen

■ Rotationen

■ Formate

■ Homepage Events

■ Wallpaper, Billboards

■ Full Screen Interstitials, 2:1 Banner

■ u.a.



Audi

Vorsprung durch Technik

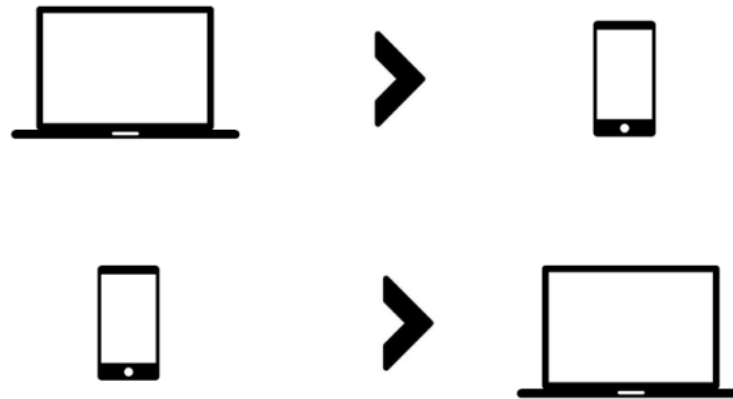


Mercedes-Benz



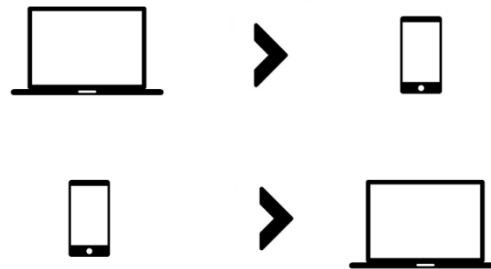
Technische Verknüpfung
der Online und Mobile Welt –

Welche Nutzer hatten Online **und** Mobile Kontakt?



Innovativer Ansatz

- Wir haben unsere Online und Mobile Nutzer gebeten, sich jeweils im anderen Universum mit Ihren Geräten zu identifizieren.
 - Basis: Online und Mobile On-Site Befragung.
 - Online Nutzer wurden gebeten sich durch Aufruf einer speziellen URL mit Ihrem Smartphone auch in der mobilen Welt zu identifizieren.
 - Smartphone Nutzer wurden gebeten sich durch Aufruf einer speziellen URL mit Ihrem PC/Tablet auch in der Online Welt zu Identifizieren.



6.000 Befragte

Kernfrage: Vorteile Digitalbuchungen



- Was bringt eine zusätzliche Mobile Buchung im Vergleich zu einer reinen Online Kampagne?
- Welche Vorteile kann eine Digitalplanung bei der Werbewirkung erzielen?

Analyse:

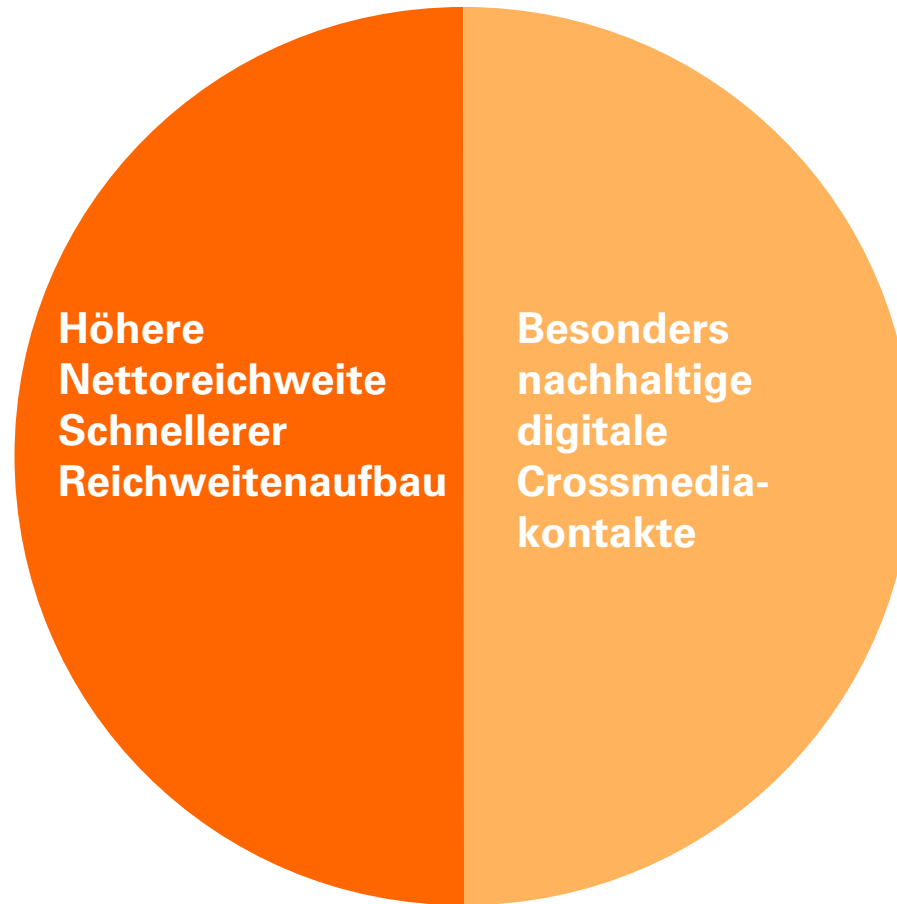
- Aggregierte Betrachtung der Werbewirkung über alle vier Digitalkampagnen hinweg.
 - Wir haben uns angesehen
 - wie gut Digitalbuchungen arbeiten
 - und welchen Uplift sie gegenüber einer reinen Online Buchung generieren können.

Umsetzung



- Test von vier Digitalkampagnen
- Verpixlung der vier Kampagnen zur Kontaktmessung Online und Mobile
- On-Site Befragung Online und Mobile
- Drei unabhängige Test-Gruppen:
 - n = 698 Mobile Befragte (Mobile only)
 - n = 5.124 Online Befragte (Online only)
 - n = 352 Crossmedia Befragte (Online+Mobile)
- Zeitraum: März 2015

Digital wirkt!

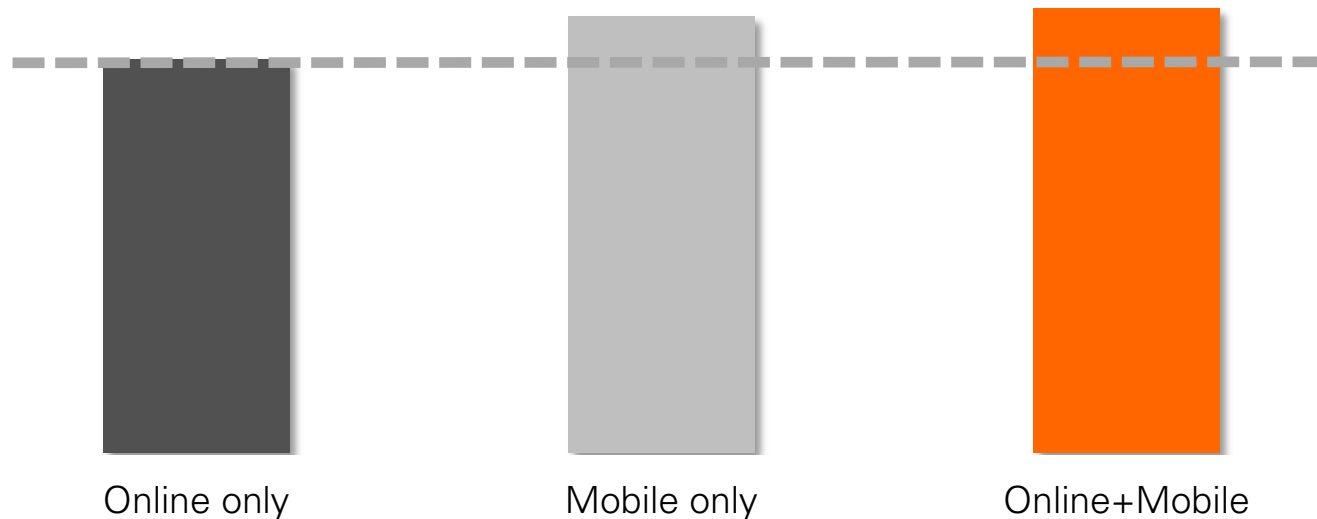


Wie?

Erläuterung Darstellung Ergebnisse:

Index gegen die Kampagnenwirkung Online (Index 100)

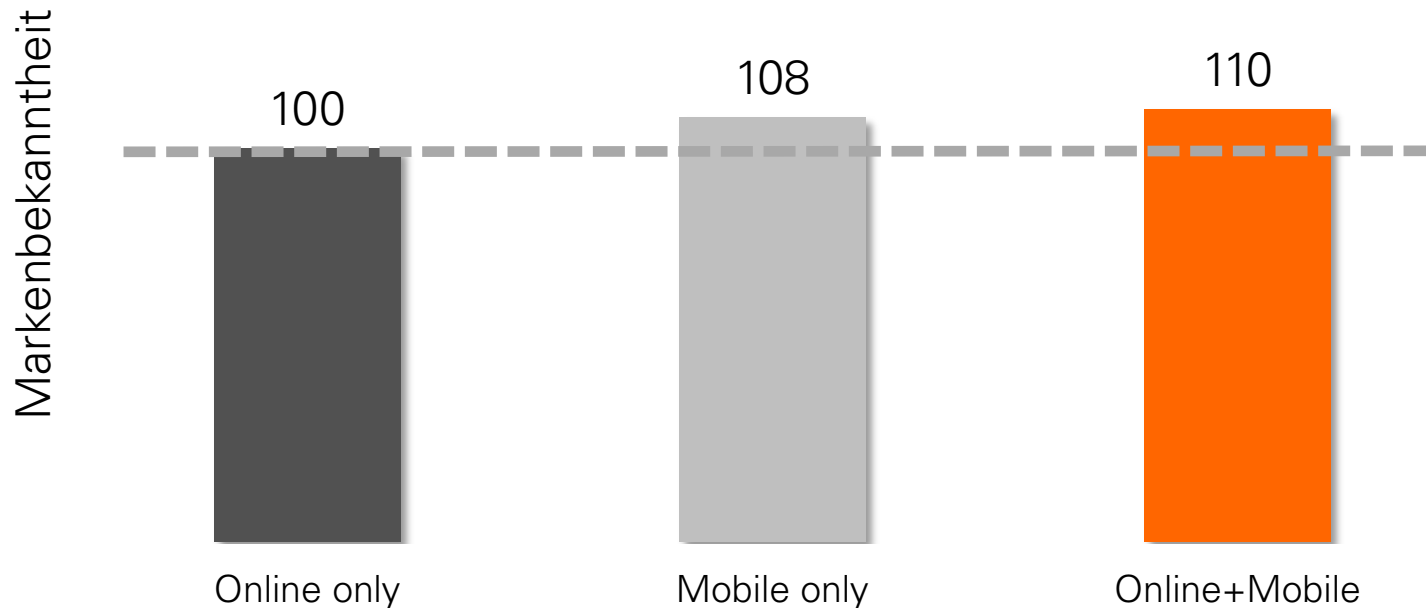
Online only vs Mobile only vs Online+Mobile



Ergebnisse

Trotz der hohen Bekanntheit der Unternehmen – diese konnte nochmals gesteigert werden.

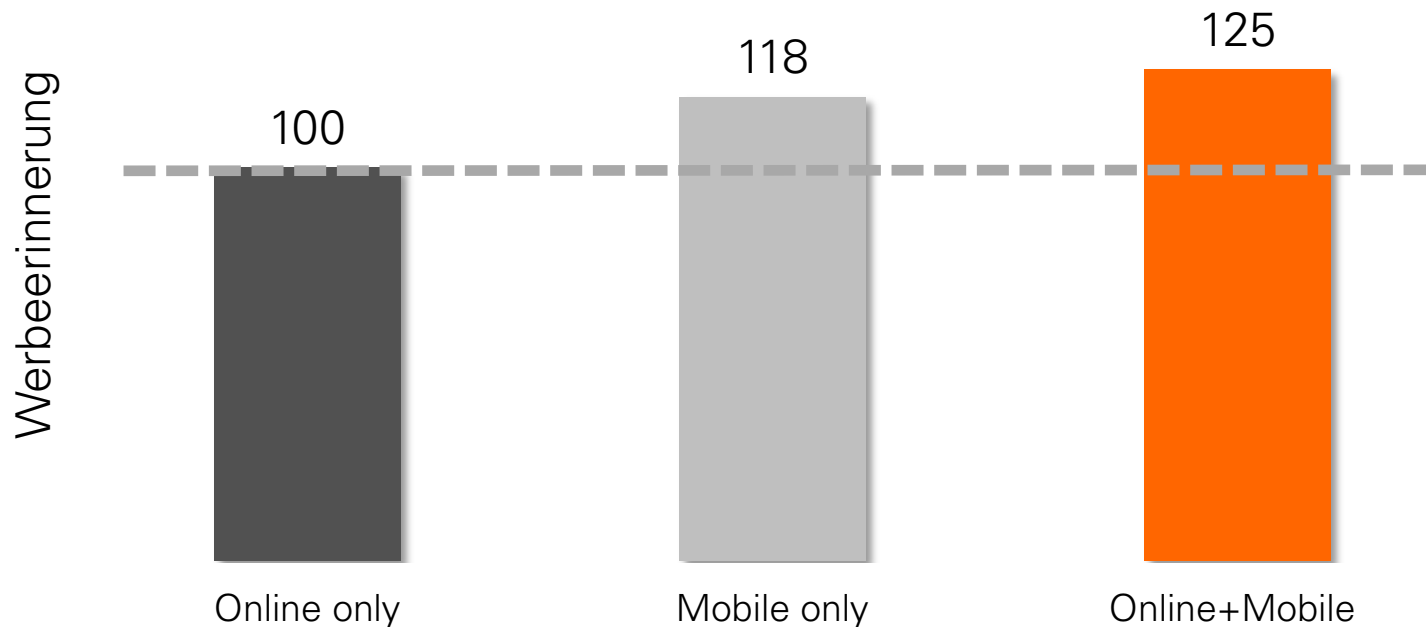
Index: Markenbekanntheit



iqd digital Digital Story; n = 698 Mobile only; n = 5.124 Online only; , n = 352 Online+Mobile

Die positiven crossmedialen Effekte der Digitalkampagnen zeigen sich deutlich.

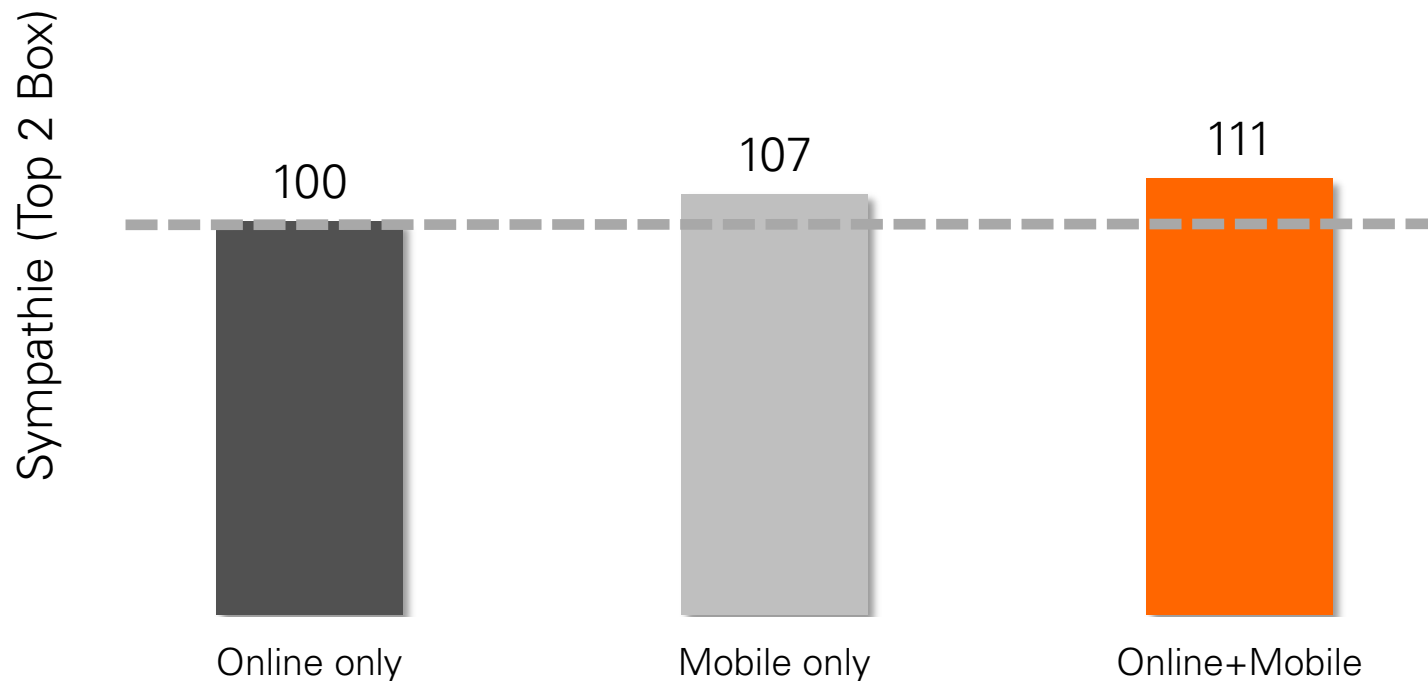
Index: Werbeerinnerung



iqd digital Digital Story; n = 698 Mobile only; n = 5.124 Online only; , n = 352 Online+Mobile

Crossmediale Kampagnen wirken intensiv und vor allem nachhaltig.

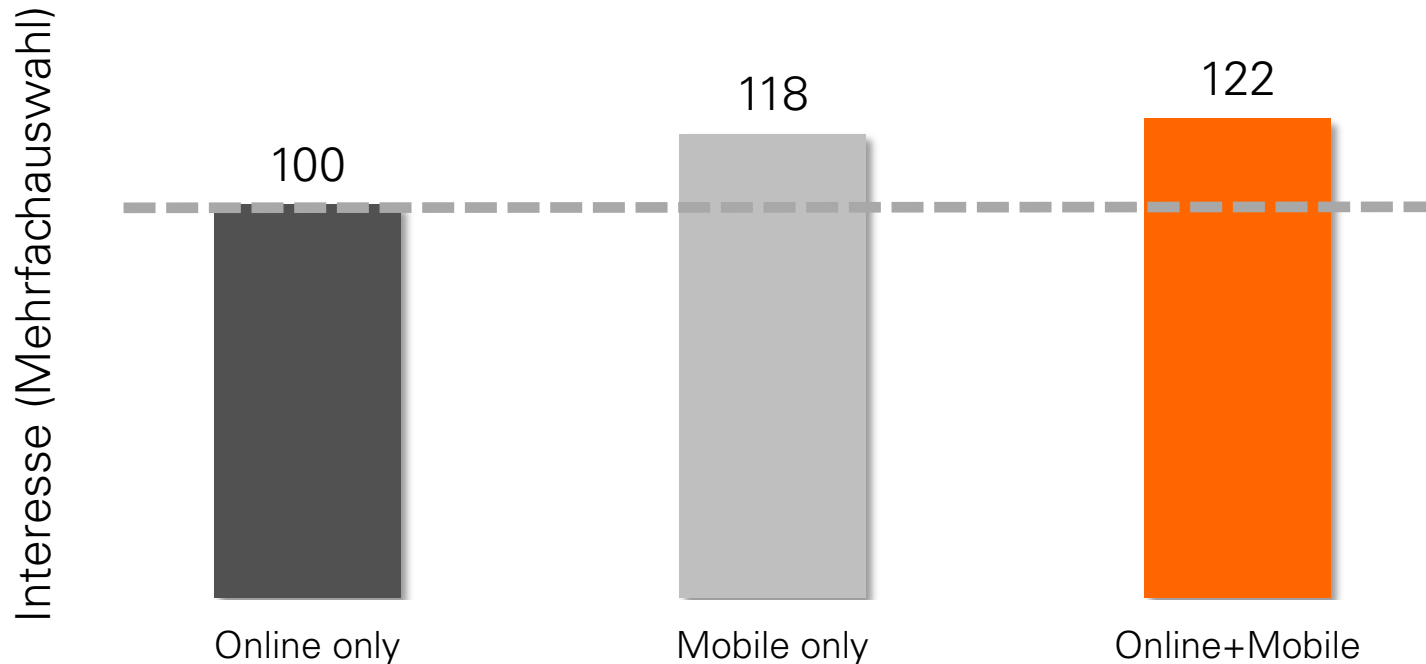
Index: Sympathie



iqd digital Digital Story; n = 698 Mobile only; n = 5.124 Online only; , n = 352 Online+Mobile

Das Interesse an den Unternehmen kann durch Mobile und durch die Kombination mit Online gefördert werden.

Index: Interesse an weiteren Informationen über das Unternehmen



iqd digital Digital Story; n = 698 Mobile only; n = 5.124 Online only; , n = 352 Online+Mobile

Digital wirkt - ganzheitlich

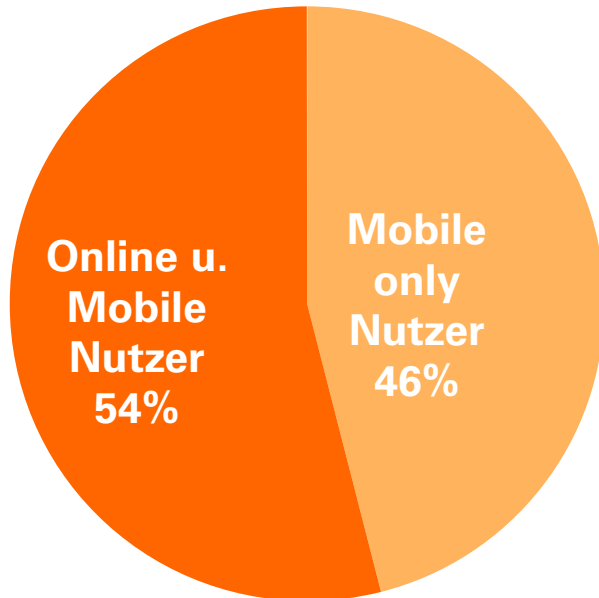


- Mobile wirkt! – in allen Werbewirkungsdimensionen nochmal mit einem Uplift gegenüber reinen Online Kampagnen.
- Digitale Online+Mobile Kontakte wirken dabei in einigen Bereichen sogar noch deutlich besser!
- Auch für Digitalbuchungen gilt: $1+1 = 3$ und somit eine höhere Kampagnenwirkung.
- Digitalbuchungen sind somit klar im Vorteil gegenüber reinen Online Kampagnen.

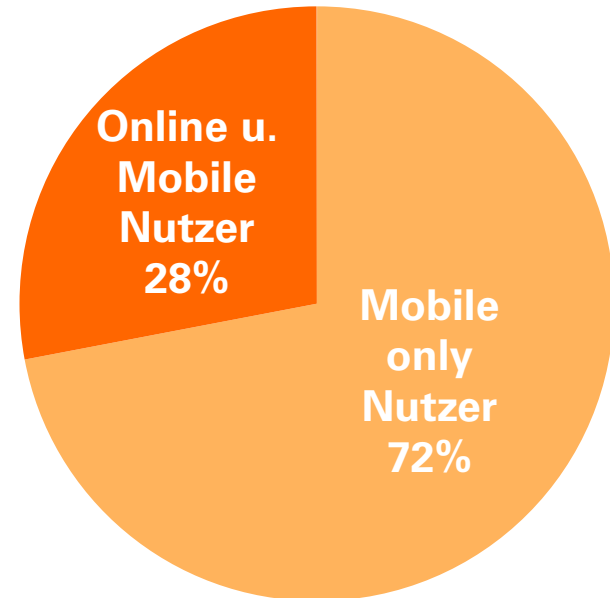
Digital hilft noch
weiter!

Die Hälfte der iq digital Mobile Nutzer ist nur noch über Digitalbuchungen erreichbar – auf Wochenebene sind es sogar 72%!

Ø Monat, iq digital



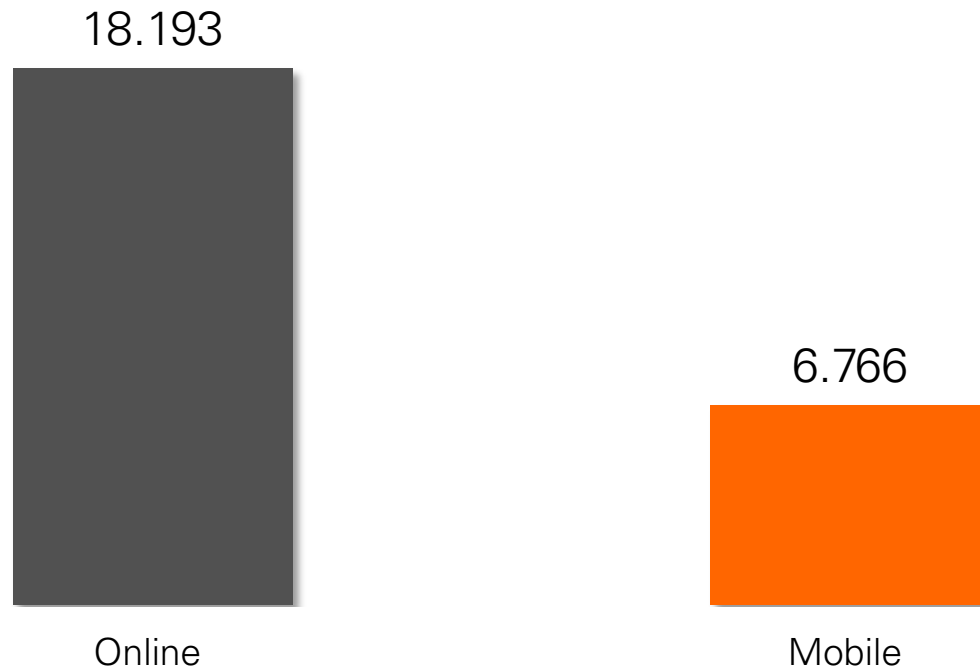
Ø Woche, iq digital



Basis: AGOF digital facts Prototyp; iq digital Gesamtangebote Online und Mobile; Überschneidungen Mobile und Online Nutzung

iqd Universen

AGOF Unique User Tsd.



AGOF internet facts 2015-3 ø Monat; AGOF mobile facts 2014-4 ø Monat

Wie schnell würden (wie viele Unique User) im iqd digital Universum durch eine Digitalbuchung erreicht werden?

- Prototypische Betrachtung der erreichten Unique User auf Basis unserer kampagnenbegleitenden Forschung
 - Wie haben sich die Online only Kontakte entwickelt?
 - Wie haben sich die Mobile only Kontakte entwickelt?
 - Was ist der additive Effekt durch eine Digitalbuchung (Online+Mobile?)

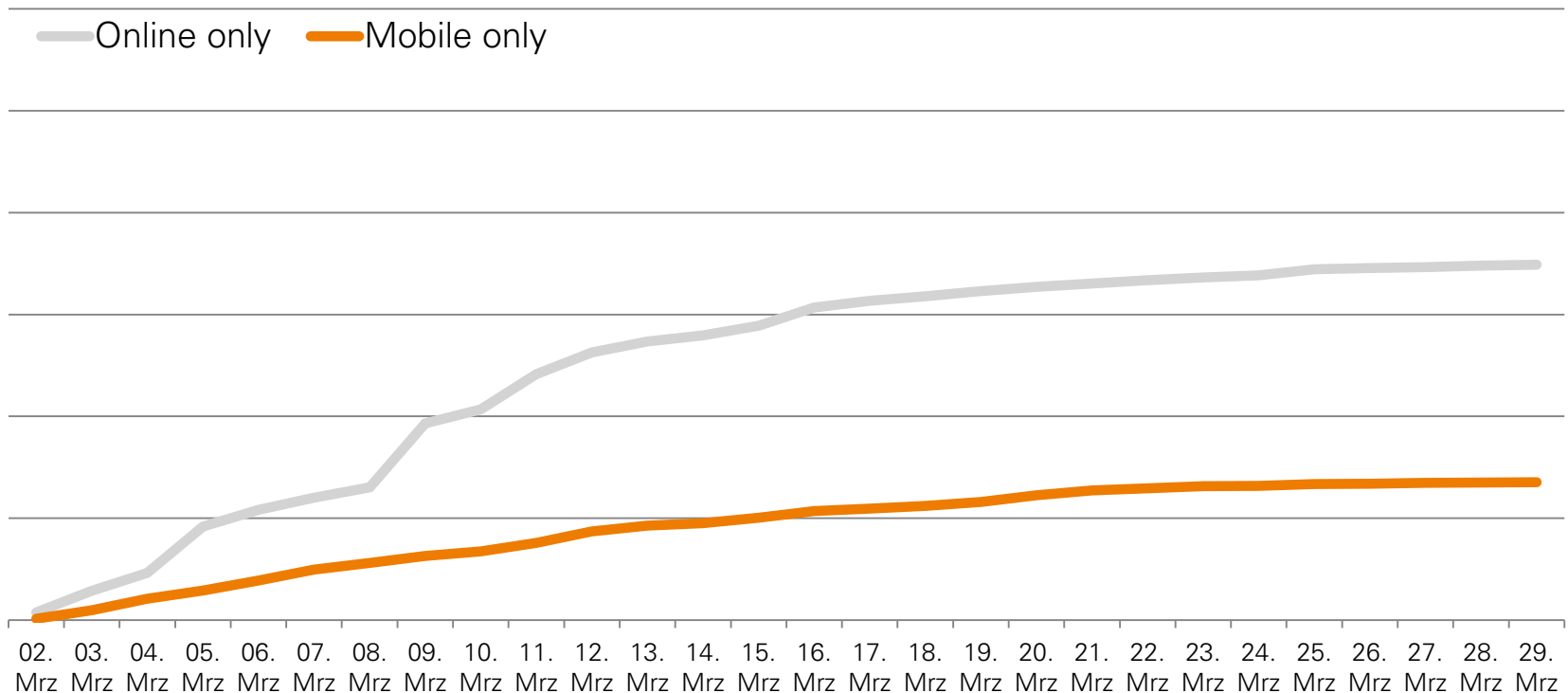
- Darstellung anhand des iqd Universums.

Wie verläuft der Reichweitenaufbau?

Basis: Kontaktentwicklung in dieser Studie.
Gewichtet an der Größe des iqd Online und Mobile Universums



Unique User

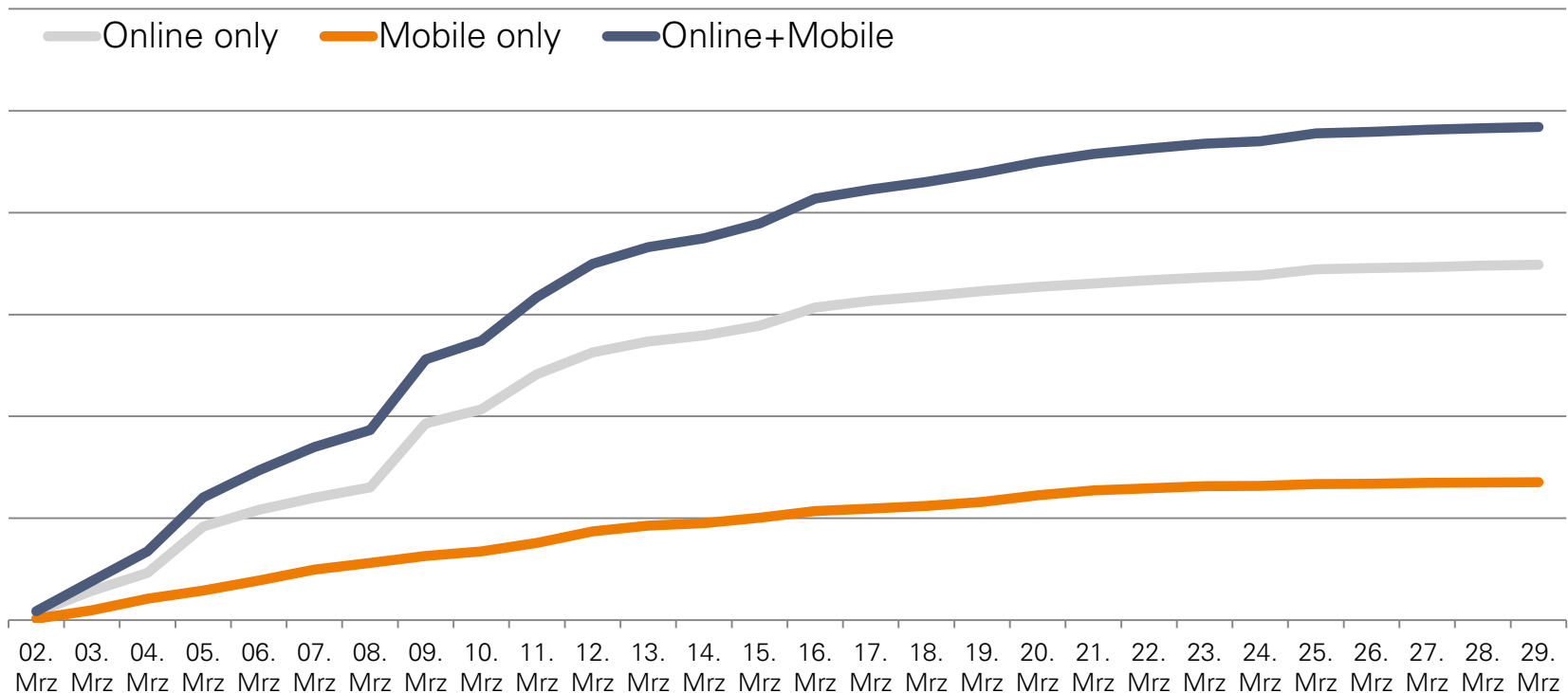


Quelle: Kontaktentwicklung der Befragten aggregiert über die vier getesteten Kampagnen

Fazit: Durch eine Digitalkampagne können netto mehr Nutzer, schneller erreicht werden.

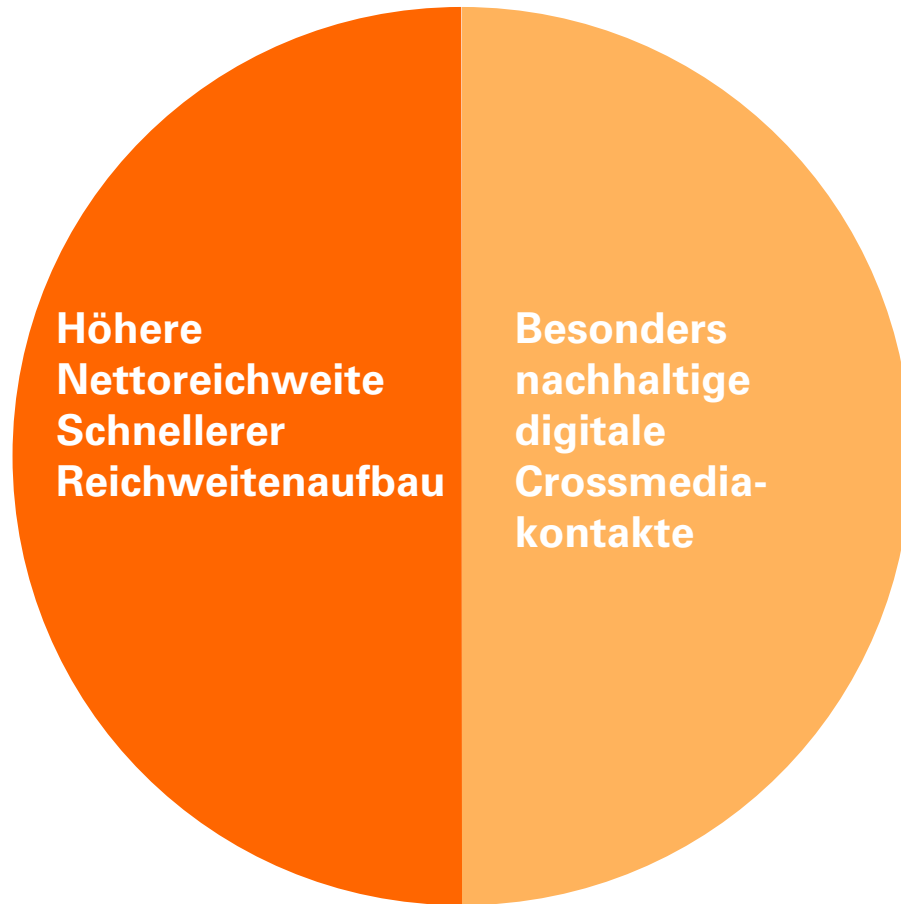


Unique User



Quelle: Kontaktentwicklung der Befragten aggregiert über die vier getesteten Kampagnen

Vorteile Digitalplanung:



Wir beraten Sie gerne!



iq digital media marketing gmbh

Kasernenstraße 67
40213 Düsseldorf
Telefon 0211 887-2625
Telefax 0211 887-972656
E-Mail info@iqdigital.de
Web www.iqdigital.de

Technischer Service

Telefon 0211 887-2649
E-Mail banner@iqdigital.de

Nielsen 1, 5-7

iq digital media marketing gmbh

Brandstwierte 1 (Neuer Dovenhof)
20457 Hamburg
Telefon 040 30183-174
Telefax 040 30183-283
E-Mail hamburg@iqdigital.de

Nielsen 2

iq digital media marketing gmbh

Kasernenstraße 67
40213 Düsseldorf
Telefon 0211 887-2060
Telefax 0211 887-2099
E-Mail duesseldorf@iqdigital.de

Nielsen 3a

iq digital media marketing gmbh

Eschersheimer Landstraße 50
60322 Frankfurt
Telefon 069 2424-4535
Telefax 069 2424-4555
E-Mail frankfurt@iqdigital.de

Nielsen 3b, 4

iq digital media marketing gmbh

Nymphenburger Straße 14
80335 München
Telefon 089 545907-34
Telefax 089 545907-24
E-Mail muenchen@iqdigital.de

Sales Manager Mobile

André Krämer

Kasernenstraße 67
40213 Düsseldorf
Telefon 0211 887-1365
Mobil 0151 16244660
E-Mail andre.kraemer@iqdigital.de

Key Account Manager Finanzen

Christoph Tiede

Kasernenstraße 67
40213 Düsseldorf
Telefon 0211 887-2327
Mobil 0151 14659860
E-Mail christoph.tiede@iqdigital.de

Key Account Manager Online

Oliver Müller

Kasernenstraße 67
40213 Düsseldorf
Telefon 0211 887-2317
Mobil 0151 16244651
E-Mail oliver.mueller@iqdigital.de

International Sales

Christine Pakendorf

Kasernenstraße 67
40213 Düsseldorf
Telefon +49 211 887-1330
Telefax +49 211 887-971330
E-Mail international-online@iqm.de