

ADDRESSABLE TV PROGRAMMATIC RETARGETING KAMPAGNE MINI CLUBMANN

CASE REPORT

Erste Addressable TV Programmatic Retargeting Kampagne



Programmatische Buchung und Auslieferung

Verknüpfung von programmatischen ATV und Retargeting

Ermöglicht Storytelling und Steigerung der Netto-Reichweite

First Mover

PREX 

SSP

YL+ Yieldlab

DSP


Active Agent

MINI Clubman Kampagnen KPIs



Mini Clubman	Addressable TV Programmatic Kampagne
Kampagne	MINI Clubman
Laufzeit	21.07. – 02.08.2017
Ad Impressions	Gesamt: 1.275.740 mit TV-Spot Kontakt: 638.208 ohne TV-Spot Kontakt: 637.532
Clicks, CTR	3.158 Clicks 0,25% Ø Clickrate
Microsite	3.158 Visits, 4.295 VideoViews, 45 Sek. Ø Verweildauer
Belegung	MaxReach, Retargeting TV-Spot

Gezielte Kontakt-Steuerung über TV-Spot Retargeting

A



TV-Spot
Kontakt

938.000
Unique Devices

638.000 Als



SwitchIn XXL
Kontakt

(Ziel: 4 Kontakte)

199.000
Unique Devices

B



Kein
TV-Spot
Kontakt

638.000 Als



SwitchIn XXL
Kontakt

(Ziel: 4 Kontakte)

251.000
Unique Devices

2 Ziele: Intensivierung und Steigerung der Netto-Reichweite



Kontaktverteilung ATV Kampagne

(Unique Devices in Tsd.)

20% Intensivierung

+27% Netto-RW

251

199

938

Kontaktziel:

Je 4 SwitchIn-Kontakte

1.189

TV-Spot

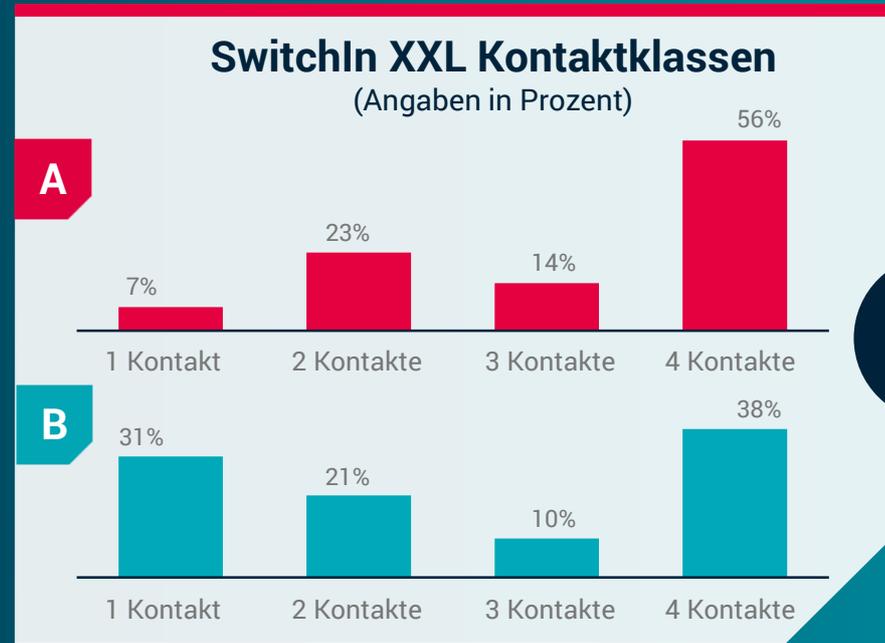
SwitchIn XXL
Reminder

SwitchIn XXL
Incremental

Gesamt

5

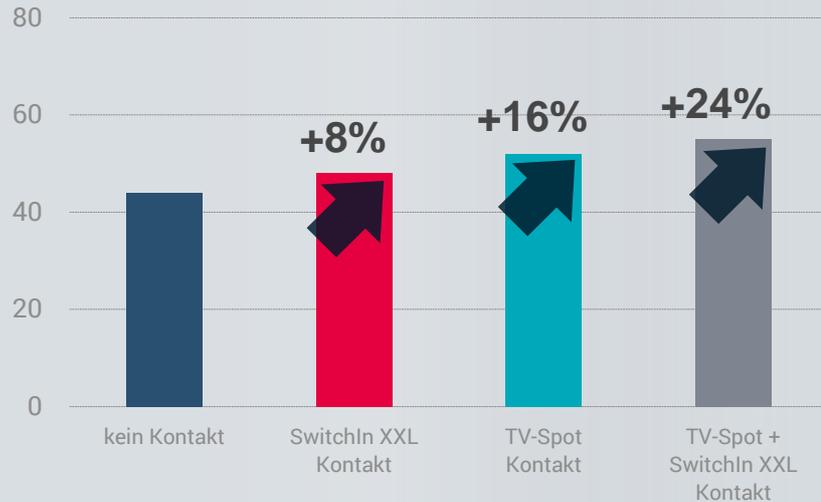
Kontaktklassen-Optimierung via SwitchIn



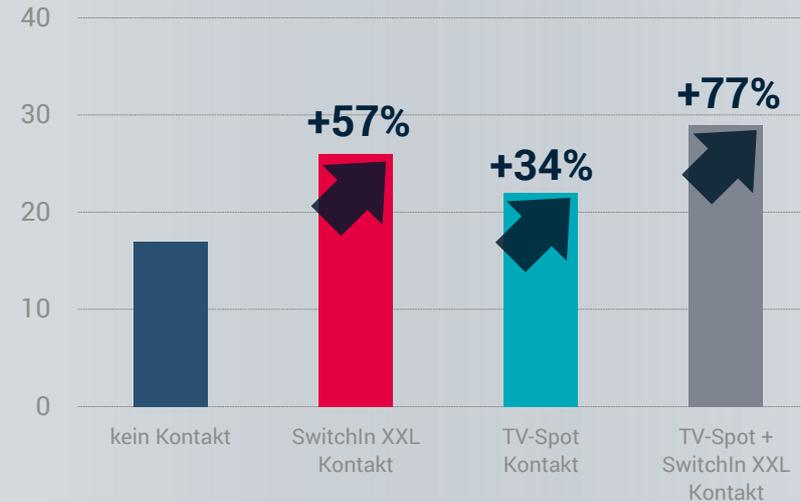
0,25%
Ø CTR

Kombination von TV Spot + SwitchIn XXL besonders wirksam

Gestützte Markenbekanntheit
Angaben in Prozent



Gestützte Markenbekanntheit nach Werbemittel
Angaben in Prozent



SwitchIn XXL wird weniger störend als andere Werbung empfunden



52%

der Nutzer finden den
SwitchIn XXL weniger störend
als andere Werbung

MINI: Erfolgreiche Addressable TV Programmatic Retargeting Kampagne



Steigerung der Kampagnen Netto-Reichweite um 27%



20% der TV-Spot Kontakte erhalten SwitchIn XXL als Reminder



Steigerung der Klickrate durch Kontaktklassensoptimierung



Die Kombination TV-Spot plus SwitchIn XXL treibt die Bekanntheit und Werbeerinnerung am stärksten



SwitchIn XXL wird weniger störend als andere Werbung empfunden

Research Steckbrief

Durchführung	SevenOne Media / Advertising Research
Erhebungsform	SmartTV-Onlinebefragung über Connected TV anhand eines strukturierten Fragebogens
Grundgesamtheit	Nutzer des Connected TV-Angebots von ProSieben, Sat.1, kabel eins und sixx
Auswahlverfahren	Einladung über SwitchIns
Zeitraum	24. Juli bis 02. August 2017
Stichprobe	n = 1.034
Wirkungsmaße	Markenbekanntheit Automodelle, Werbeerinnerung Automodelle, Bewertung SwitchIn

Kontakt

SevenOne Media GmbH

Medienallee 4
D-85774 Unterföhring
Tel. +49 (0) 89/95 07 – 34 69 3
Fax +49 (0) 89/95 07 – 43 99

Sales Region Hamburg

An der Alster 47
D-20099 Hamburg
Tel. +49 (0) 40/44 11 16 – 0
Fax +49 (0) 40/44 11 16 – 66

Sales Region Düsseldorf

Zollhof 11
D-40221 Düsseldorf
Tel. +49 (0) 211/4 96 94 – 0
Fax +49 (0) 211/4 96 94 – 20

Sales Region Frankfurt

Rotfeder-Ring 11
D-60327 Frankfurt/Main
Tel. +49 (0) 69/27 40 01 – 0
Fax +49 (0) 69/27 40 01 – 30

Sales Region Berlin

Rungestr. 22
D-10179 Berlin
Tel. +49 (0) 30/3 19 88 08-49 81