

# digital effects

by media impact ■

Die kampagnenbegleitende Werbewirkungsanalyse der „Digital Effects“ zeigt den Aktivierungserfolg Ihrer Marketingmaßnahmen in unserem digitalen Portfolio. *Wie hoch war das **ENGAGEMENT**, welche **AUSWIRKUNG** hatte die Kampagne auf das **IMAGE** und welcher **KAUFIMPULS** konnte generiert werden?*



engagement effect

media impact ■

#### ONSITE/ONDEVICE UND INREAD-BEFRAGUNGEN

Mögliche KPIs: Visits, Views, Viewtime, Page Impressions, Ad-Awareness, Engagement, Artikelbeurteilung. Neben den klassischen Wirkungs-KPIs werden zusätzlich Wechselwirkungen mit dem journalistischen Umfeld analysiert.



brand effect

media impact ■

#### ONSITE/ONDEVICE ERHEBUNGEN VIA PRE-POSTMESSUNG

Mögliche KPIs: Image, Bekanntheit, Likability, Recognition, Image-/Credibilitytransfer. Inklusiv umfassendem Benchmark-Abgleich zur Verortung der Kampagnenleistung.



sales effect

media impact ■

#### ONSITE/ONDEVICE ERHEBUNGEN VIA PRE-POSTMESSUNG

Mögliche KPIs: Kaufbereitschaft/-absicht, Sales Uplift, Aktivierungsrate, Nutzeraffinitäten, Leadgenerierung. Affinität der erreichten Nutzer zum Produkt und durch die Kampagne und die einzelnen Bestandteile zusätzlich generierter Uplift.

## UNTER WELCHEN VORAUSSETZUNGEN KANN IHRE KAMPAGNE GETESTET WERDEN?

### BRAND- UND SALES-EFFECTS:

Bei einem Kampagnenvolumen von ca. 500.000 Ad Impressions kann eine Erfolgsmessung gut durchgeführt werden. Bei geringerem Volumen individuelle Prüfung erforderlich.

### ENGAGEMENT EFFECTS:

Ab ca. 250.000 Ad Impressions kann eine Messung der Engagement Effects durchgeführt werden.

### MINDEST-AUFTRAGSVOLUMEN:

Das Auftragsvolumen muss mind. 100.000 Euro netto<sup>2</sup> betragen.

### 10 WERKTAGE VORLAUFZEIT:

Freigabe spätestens 10 Werktagen vor Kampagnenstart (bei 3-tägiger Nullmessung).

PREIS  
AUF  
ANFRAGE

GARANTIERTE QUALITÄT DURCH RENOMMIERTE FORSCHUNGSPARTNER.