

BEST CASE: RENAULT / ANNALECT / OMD / MI

Challenge

Wir wollen prüfen, dass Targeting und Audience-Erstellung auf First-Party-Datenbasis performanter als Targeting auf Cookie-Basis ist.

Lösung

Zusammen mit Renault als Advertiser und Annalect & OMD als Agentur haben wir auf technischer Infrastruktur von InfoSum eine Testkampagne aufgesetzt mit dem Ziel, Reichweite und Performance von First-Party-Daten-Targeting mit klassischem Cookie-targeting zu vergleichen.

Teilnehmer

Vermarkter

media **impact**—

Agentur



Technologie

 **INFOSUM**

Advertiser



BEST CASE: WORKFLOW & RESULTS

