



LÖSUNGEN

Dem Kunden
auf der Spur

INNOFACT Cookie-Panel

Die alles entscheidenden Fragen beim Online-Advertising sind nach wie vor: Wer hat das Online-Werbemittel gesehen? Wie haben Nutzer die Kampagne wahrgenommen? Und: Wie wirkt sich das auf die Markenparameter wie Bekanntheit, Image oder Nutzungswahrscheinlichkeit aus?

Klassische Werbewirkungstrackings erlauben nur, dass grundsätzlich die Performance der Kampagne verfolgt werden kann. Es werden aber nicht die direkten Auswirkungen durch den Werbemittelkontakt beforcht.

Das ist beim Cookie-Panel von **INNOFACT** neu: Hier können Nutzer nach einem validierten Werbekontakt gezielt befragt werden. Zudem ist eine parallele Messung strukturgleicher Kontrollgruppen möglich. Auf diese Weise kann **INNOFACT** genau sagen, ob eine Online-Kampagne erfolgreich war.

LÖSUNGEN

Daten- und Analyseservice
Cookie-Panel



Online-Kampagnen richtig messen

Mit unserem Cookie-Panel ermöglichen wir das Tracken digitaler Kampagnen auf allen Devices: von Desktop bis Mobile. Dabei werden die Anzahl, Dauer und Sichtbarkeit des Werbekontaktes (Ad Viewability) gemessen. Zudem werden das Werbeformat und der Vermarkter ermittelt – und zwar für jeden einzelnen Panelisten.

So funktioniert es

Nullmessung:

- Rekrutierung und Einladung der Teilnehmer aus dem **INNOFACT Cookie-Panel**
- Profilierung und Segmentierung der Befragungsteilnehmer anhand einer Vielzahl von Kriterien möglich

Kampagnentracking:

- Tracking von Werbekontakten: Erstellung und Lieferung eines Tracking-Tags an den Kunden
- Einbindung des Tags in Ad-Server und Auslieferung der Werbung durch den Kunden bzw. die Mediaagentur
- Identifizierung von Personen mit Kampagnenkontakt im **INNOFACT Cookie-Panel**
- Live-Informationen zur Zielgruppenerreichung, Visibility und Viewtime

Exposed Messung:

- Befragung von Nutzern mit validiertem Werbekontakt
- Parallele Messung strukturgleicher Kontrollgruppen möglich
- Befragung kann unabhängig von Kampagnenkanälen auf einem Desktop-PC/Laptop oder Smartphone durchgeführt werden

Diese Fragen werden beantwortet

- Werbemittelkontakte werden mit Dauer und Sichtbarkeit erfasst
- Vermarkter können klar identifiziert werden
- Erfolge bzw. Wirkung einzelner Werbeformate (Interstitial, Banner, etc.) können ermittelt werden
- Die erreichte Kampagnenzielgruppe kann durch die Verbindung von Profildaten mit gemessenen Werbekontakten nachgehalten werden
- **INNOFACT** kann Up-Lifts durch den Vergleich mit der Kontrollgruppe ermitteln und so den tatsächlichen Kampagnen-Effekt bestimmen

Das liefert INNOFACT

- Der große Vorteil: **INNOFACT** kann gezielt einzelne Probanden nach einem Werbemittelkontakt ansteuern und befragen. Das heißt, wir können das Delta zur Kontrollgruppe, die das Werbemittel nicht gesehen hat, genau ausleuchten.
- Durch die Verknüpfung der technischen Messung mit Panelinformationen und Befragungsergebnissen erhalten Sie damit relevante Ergebnisse für
 - Kreation
 - Mediaplanung
 - Reichweitenmessung
 - Zielgruppen- und Werbewirkungsforschung.
- **INNOFACT** verfügt dafür über ein Entscheider-Panel von rund 250.000 Probanden

Foto: Fotolia.de