

#INSPIREME

Wella

Begleitforschung

Jetzt
erhältlich bei 



#InspireMe

WELLA #INSPIREME – FEBRUAR 2021 FLIGHT

SOCIAL TV SHOPPING VIA #INSPIREME

- Kombination von **TV-Reichweite** und **Influencer-Glaubwürdigkeit** innerhalb der Zielgruppe.
- Wella Deluxe Haaröle **modern, authentisch und sympatisch** von Justine Schlütter (@justineschlue) präsentiert
- 45 Sekunden #InspireMe Spot aufmerksamkeitsstark an erster Position im Werbeblock bei Pro7 und sixx platziert
- #InspireMe TV Kampagne von **Social Media Kampagne** mit eigens kreierte Video Clips über Facebook und Instagram unter dem Absender Wella ergänzt
- Ankündigung der Aktion von Influencerin **justineschlue** auf ihrem persönlichen Instagram Kanal

*Intensiver Glanz
für bis zu 3 Tage!*

 seven.one
MEDIA


Deluxe
ULTIMATIVES STYLING & SCHUTZ

KEY FACTS: #INSPIREME - WELLA

Dachmarke:

- Die Marke Wella ist insgesamt bei 93% der Befragten bekannt. Trotz dieser sehr hohen Bekanntheit kann #InspireMe diese in der Gruppe mit vielen Kontakten von 91% auf 94% weiter steigern. → Das ist bei diesem hohen Niveau ein sehr gutes Ergebnis.
- Die Werbeerinnerung ist insgesamt niedrig, was sich aber durch die zurückhaltende Kommunikation der Dachmarke erklären lässt.
- #InspireMe zahlt auf alle Imagedimensionen für Wella ein.

Produkte:

- Die Produkte aus der Reihe Wella Deluxe Haaröle sind noch nicht sehr bekannt. Durch #InspireMe wurden Bekanntheit, Werbeerinnerung und Kaufabsicht positiv beeinflusst.

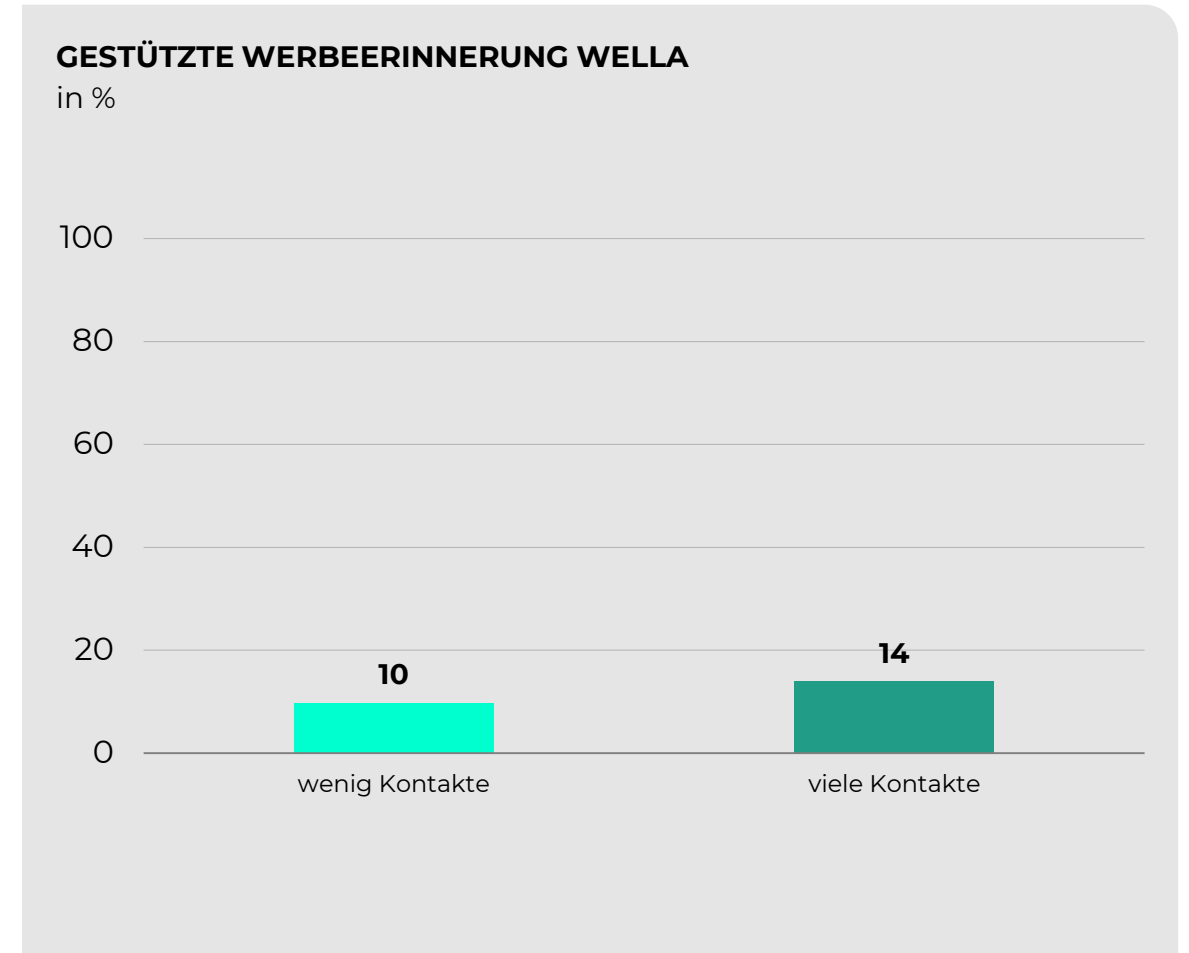
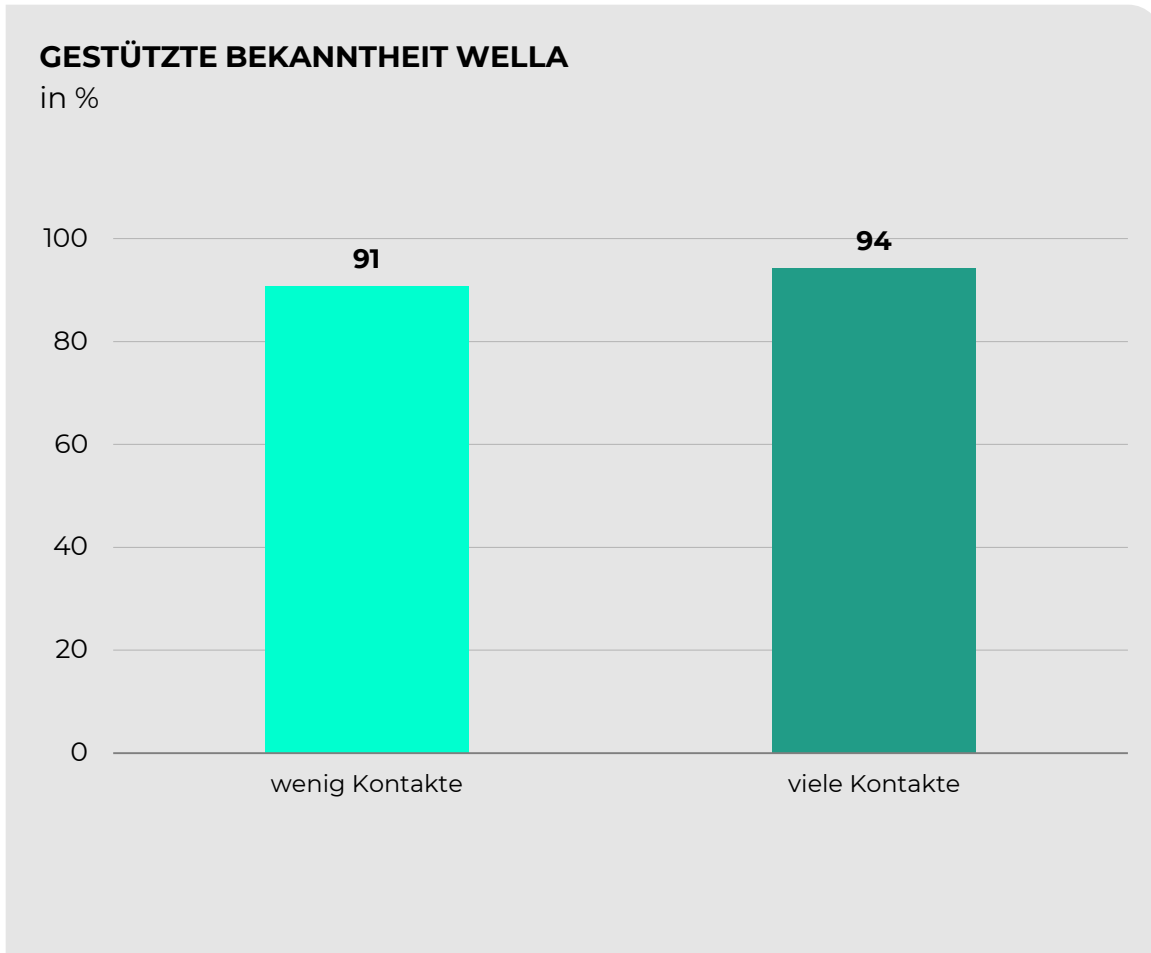
Spotbewertung:

- Die gestützte Spoterinnerung wird nahezu verdoppelt.
- Der Spot ist für die Zuschauer v.a. eine gute Verbindung von Instagram & TV, etwas anderes und auffällig. Gleichzeitig empfinden ihn lediglich 21% als störend, was trotz dieser langen Spotlänge zeigt, wie gut das Konzept #InspireMe bei den Zuschauern ankommt.

STECKBRIEF

Auftraggeber	Seven.One Entertainment Group
Durchführung	Payback
Grundgesamtheit	Frauen 25-49 Jahre mit Interesse für Haarpflege oder -styling, die mind. selten ProSieben oder sixx sehen
Methode	Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogen
Zeitraum	15.02. bis 19.02.2021
Stichprobe	n = 542 (wenig Kontakte n = 247; viele Kontakte n = 295)*
Wirkungsmaße	Interesse Haarpflege oder -styling, Markenbekanntheit, Image, Produktbekanntheit, Werbeerinnerung, Bekanntheit Justine Schlüter, Spoterinnerung, Spotbewertung

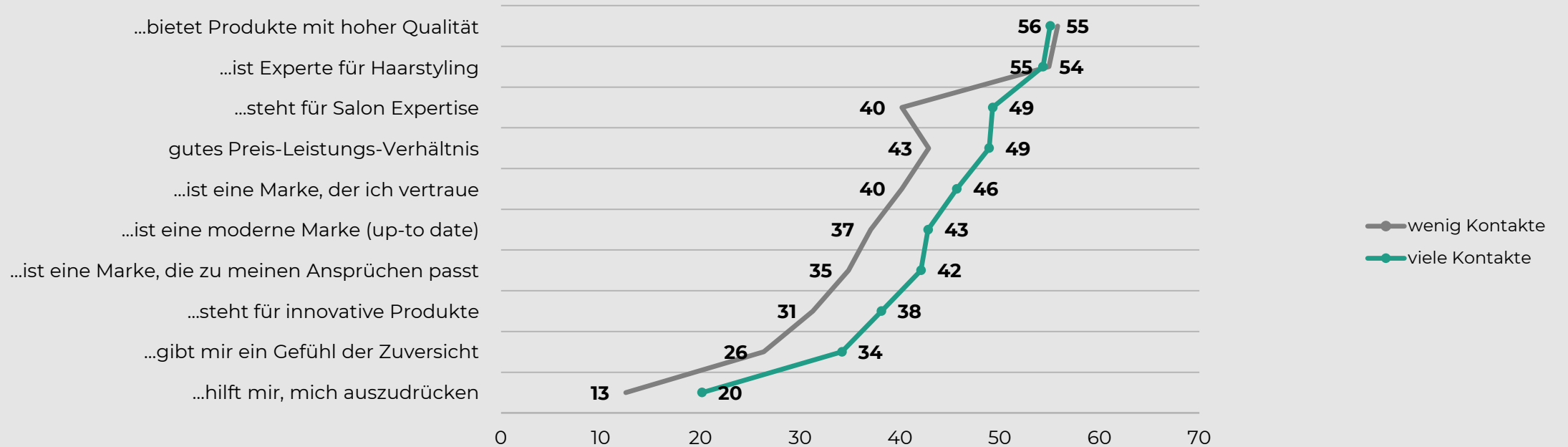
#INSPIREME KANN AUF HOHEM NIVEAU DIE WELLA-BEKANNTHEIT NOCH STEIGERN



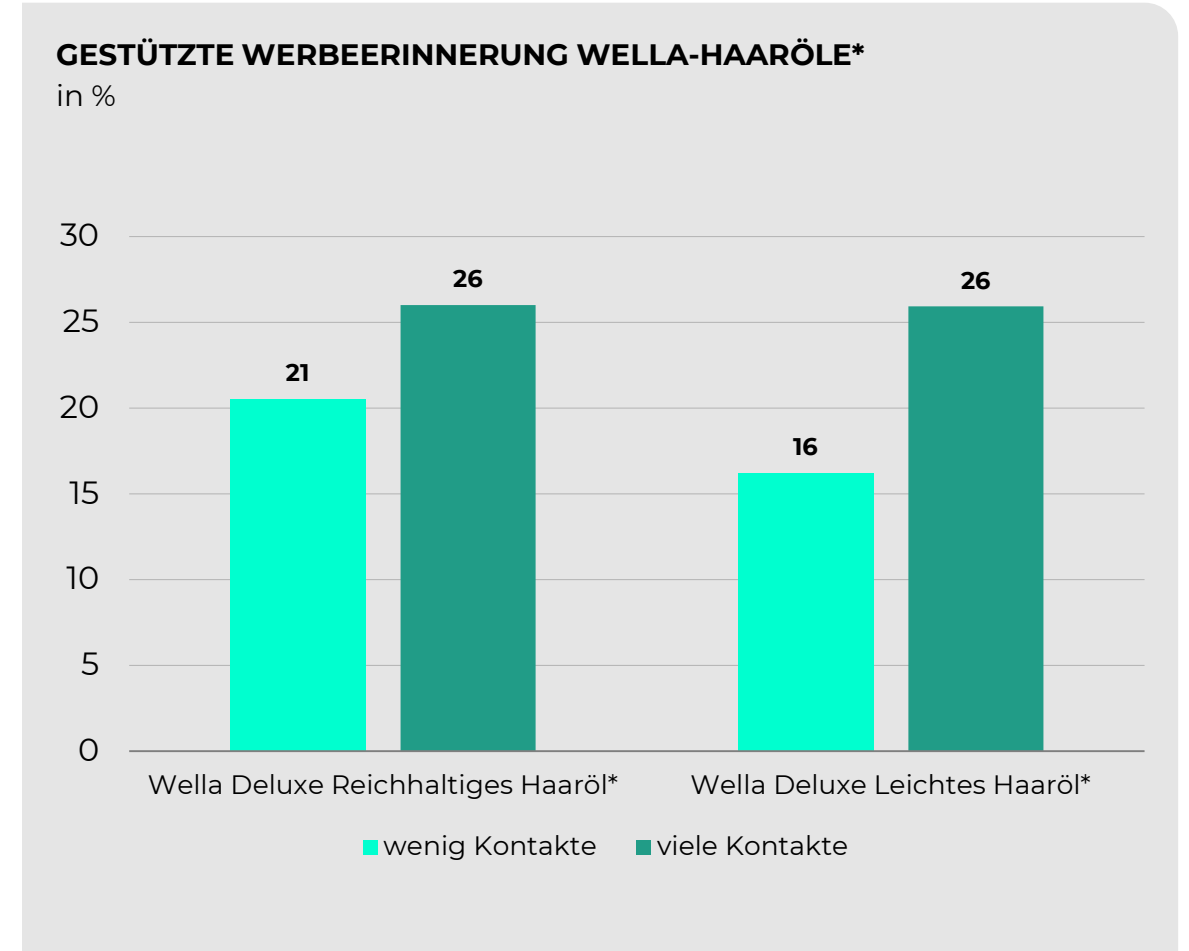
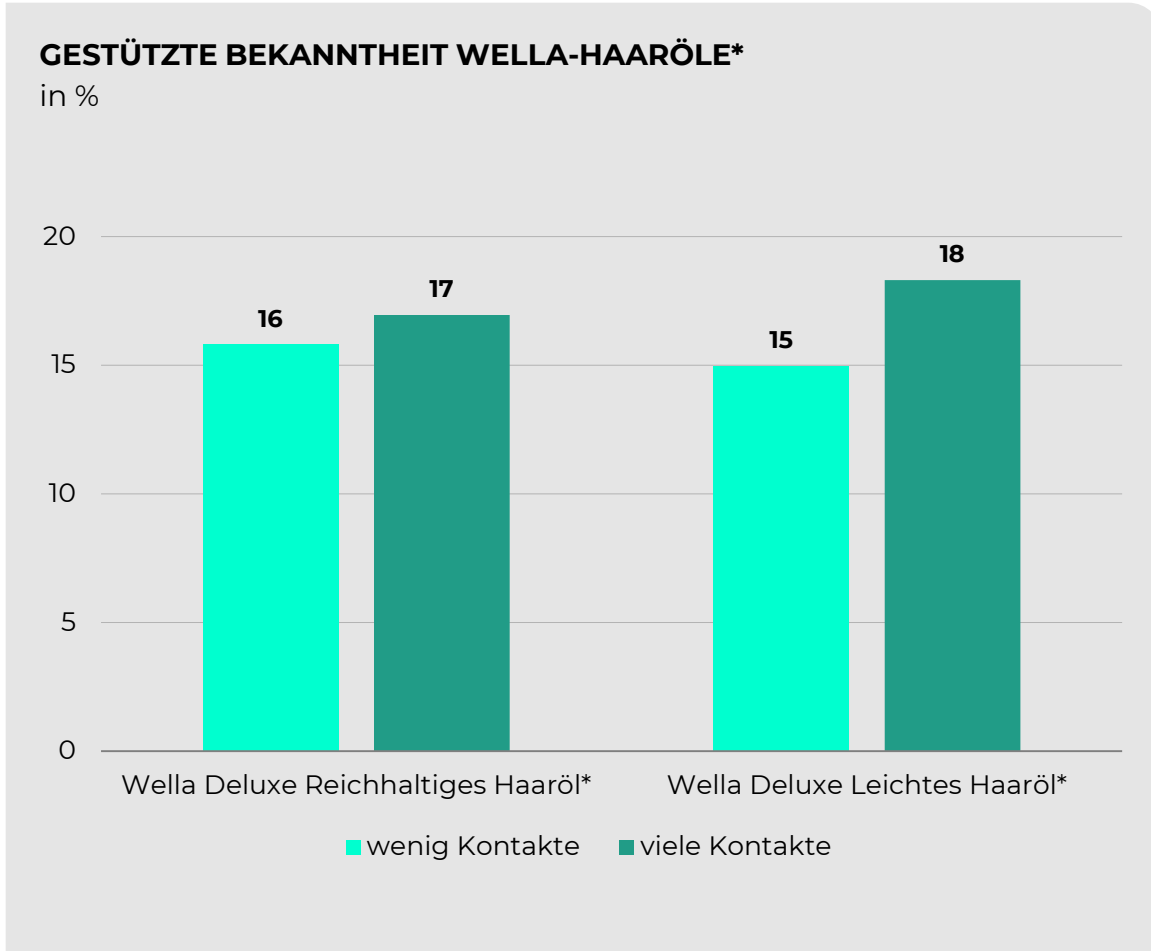
#INSPIREME ZAHLT POSITIV AUF DAS IMAGE VON WELLA EIN

MARKENIMAGE WELLA

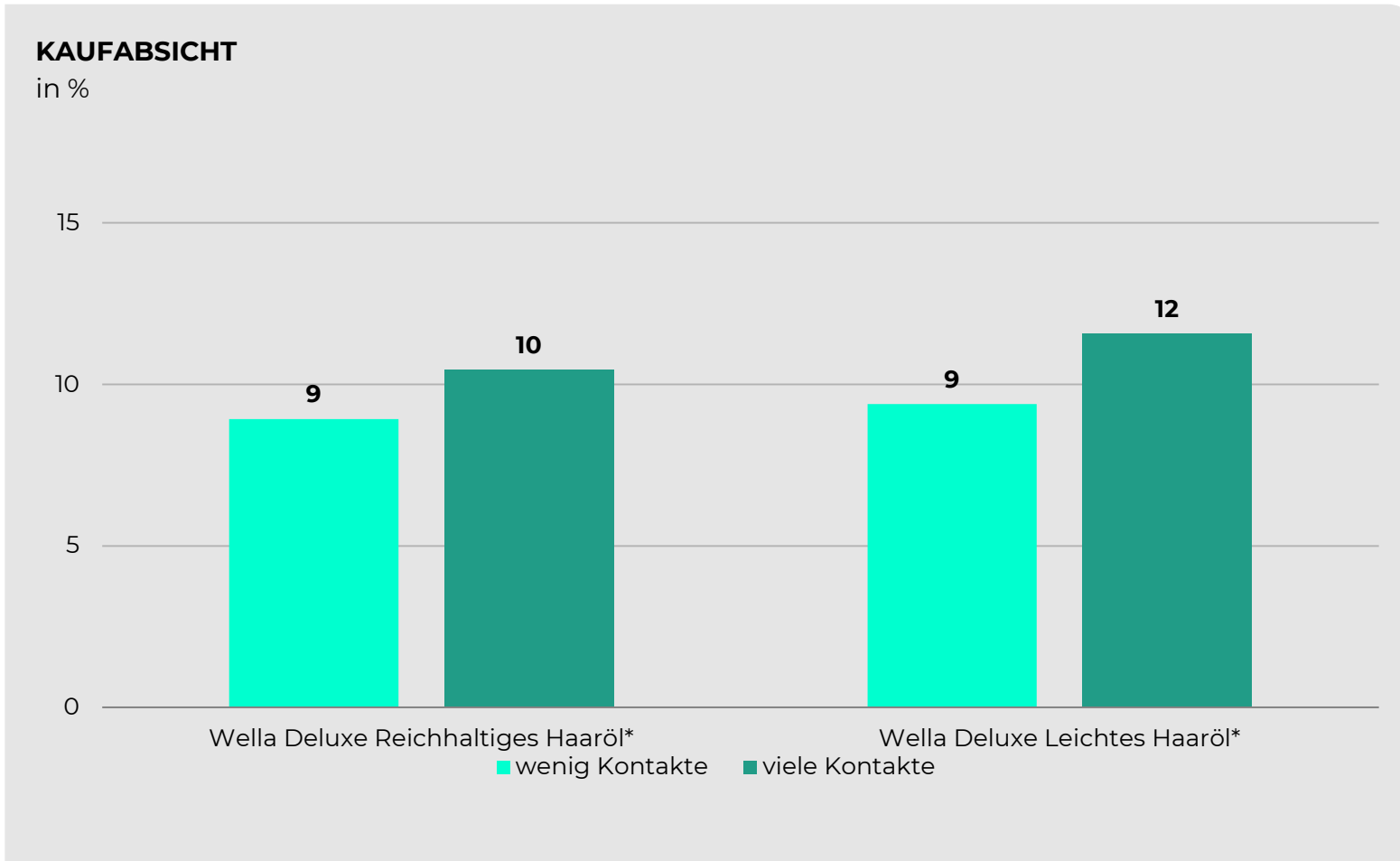
in % (Top2)



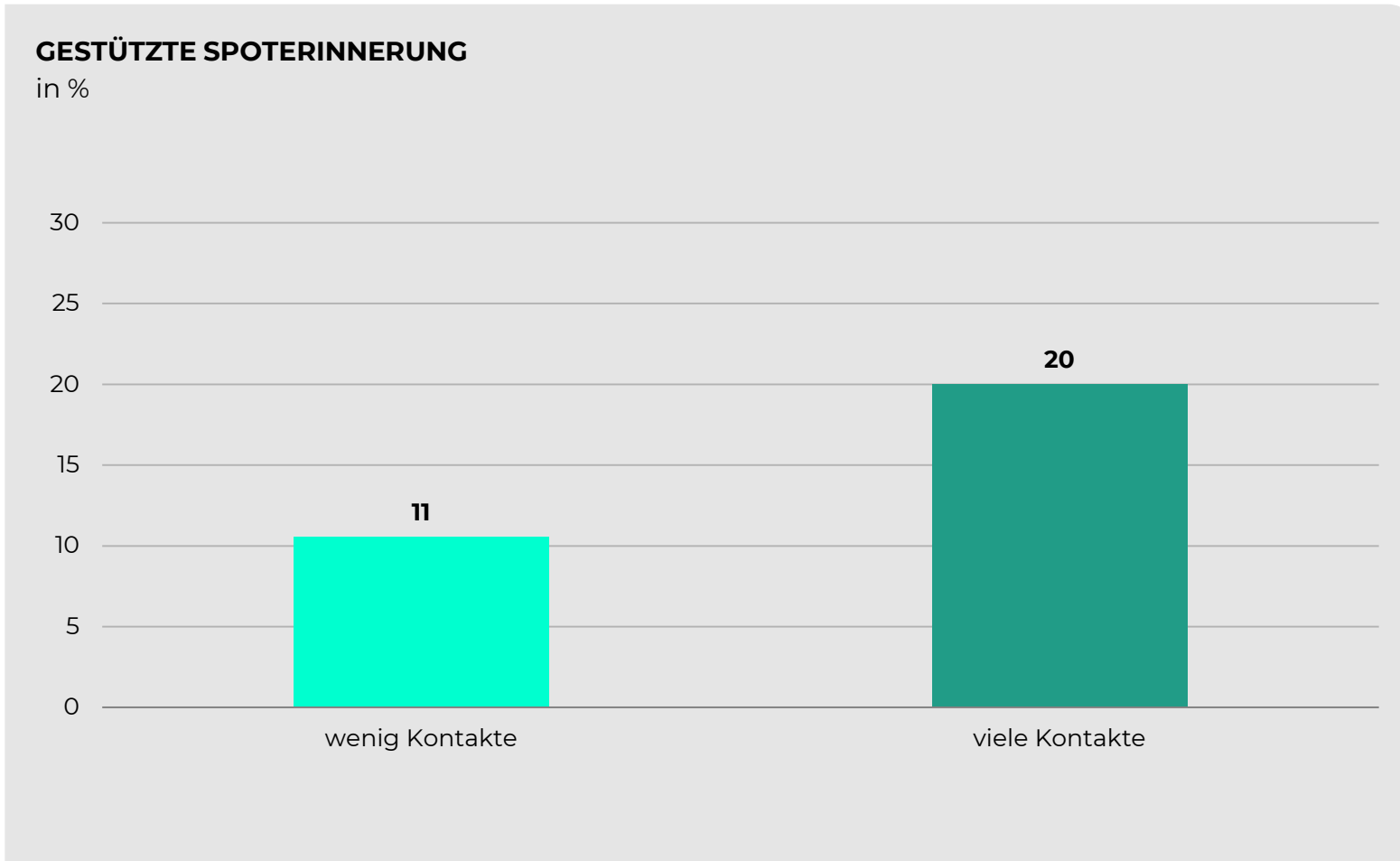
WELLA HAARÖLE PROFITIEREN VON DER KAMPAGNE



AUCH DIE KAUFABSICHT WIRD MIT DER KAMPAGNE GESTEIGERT



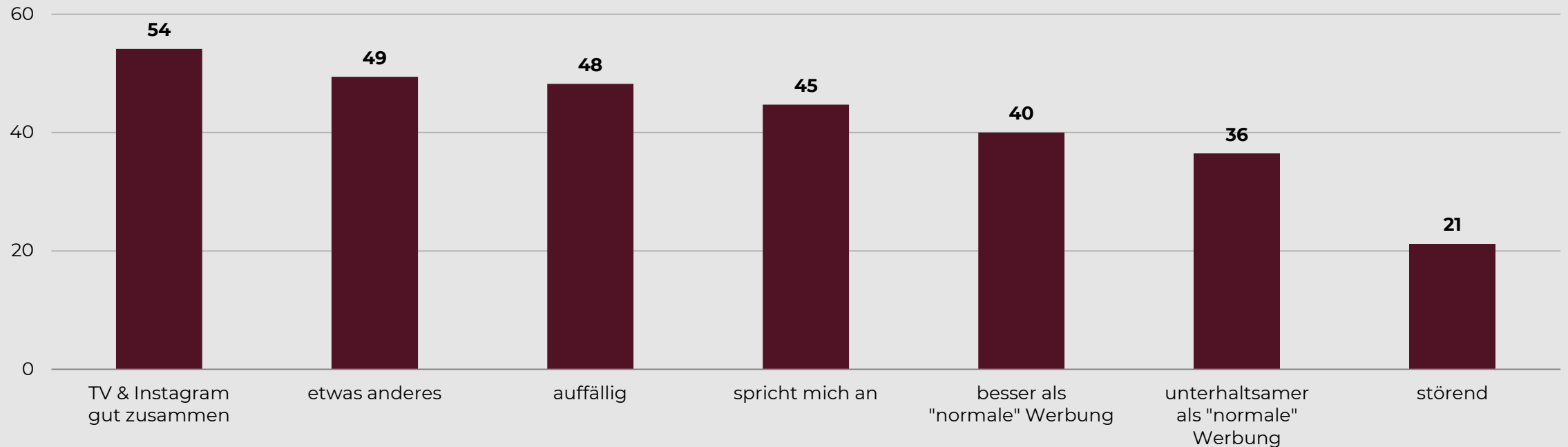
VIELE KONTAKTE STEIGERN ERINNERUNG



#INSPIREME BRINGT INSTAGRAM & TV GUT ZUSAMMEN UND STÖRT NICHT

SPOTBEWERTUNG

in % (Top-2)



Advertising & Media Research

MARTIN MARTIN
SENIOR RESEARCH MANAGER

Medienallee 7

85774 Unterföhring

Tel.: +49 89 9507 4256

eMail: Martin.Martin@seven.one