

oonique

Mindmonitor

AGENDA

- 1** METHODE
- 2** MARKEN- UND PRODUKTBEKANNTHEIT
- 3** MARKENIMAGE
- 4** WERBEERINNERUNG UND -BEWERTUNG
- 5** FAZIT

Methode

- Zeitpunkt: Befragung am Ende der Kampagne
- Erhebung: Online Befragung
- Stichprobe: Mediazielgruppe der Kampagne
- Fallzahl: Minimum = 500

Anforderungen

- Online: mind. 10 Mio. AI's in den 4-8 Wochen vor Erhebung
- Andere Medien: mind. 250 GRP in den 4-8 Wochen vor Erhebung

Erhebungsinhalte

Werbewirkung:

- Markenbekanntheit (gestützt, ungestützt)
- Werbeerinnerung (gestützt, ungestützt)
- Recognition
- Weitere, auch kundenindividuelle KPI's ...

Mediennutzung:

- Online via Cookie-Tracking
- Andere Medien über Fragebogen

Demografie

VERGLEICH VERSCHIEDENER GRUPPEN

ohne Kontakt

- Teilmenge der Gesamtstichprobe
- Befragte ohne TV-Kontakt
- vergleichbar mit einer Nullmessung vor Kampagnenstart

mit Kontakt

- Teilmenge der Gesamtstichprobe
- Befragte mit TV-Kontakt,
- bildet die Leistung des Werbemittels ab

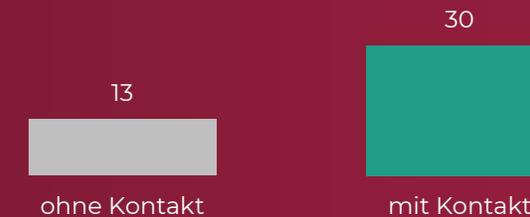
Gesamt

- Gesamtstichprobe
- Ergebnis über alle Befragten unabhängig von TV-Kontakt
- bildet Gesamtleistung der Kampagne ab

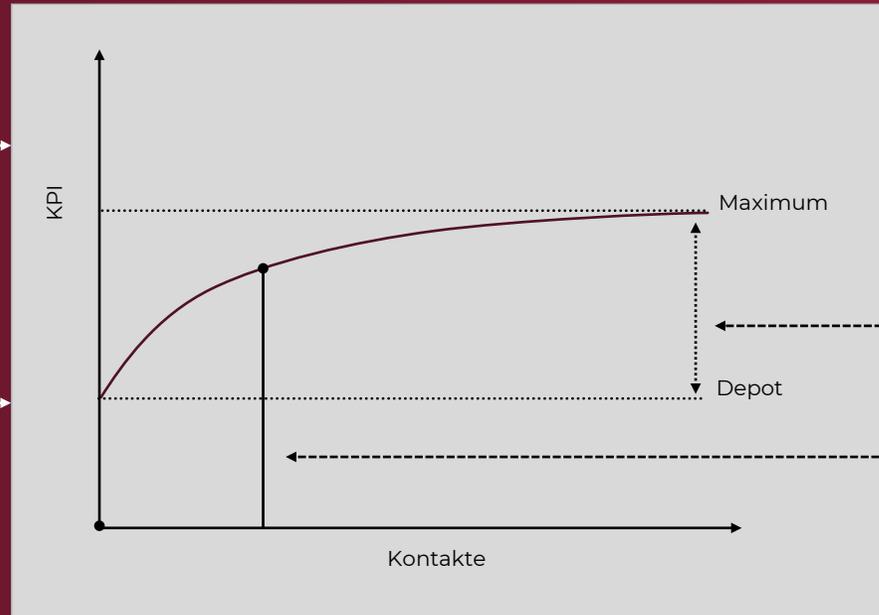
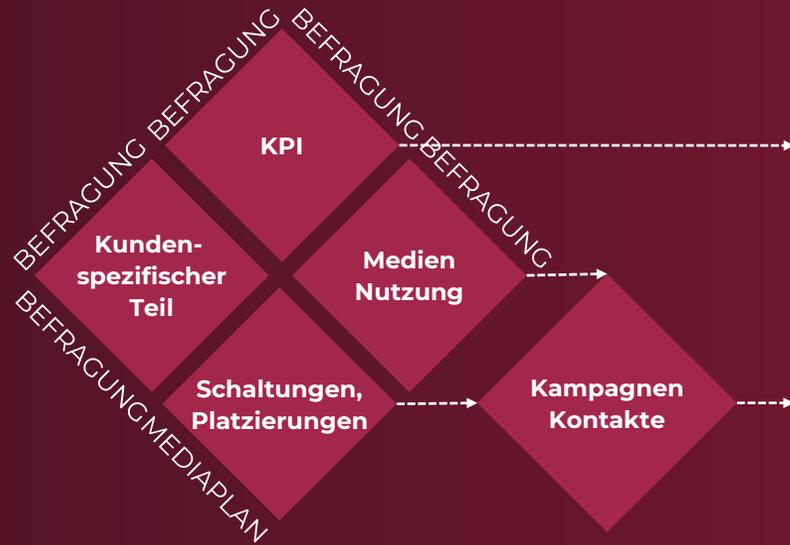
Gesamtleistung der Kampagne



Leistung des Werbemittels



DIE WIRKUNGSKURVEN



- Maximal möglicher Zuwachs des KPI
- Je höher, je besser
- Beschreibt das Potenzial einer Kampagne

Impact

Speed

- Geschwindigkeit, mit der ein KPI gelernt wird
- Anzahl notwendiger Kontakte zur Erreichung des Optimums
- Je schneller, je besser
- Hauptfaktor der Werbewirkung

STUDIENSTECKBRIEF

Befragungszeitraum	21.11. – 28.11.2022 (Kalenderwoche 47)
Kampagnenzeitraum	03.10.2022 – 13.11.2022
Methode	Online Interviews
Medium	TV
Zielgruppe	Frauen 25-69 Jahre
Fallzahl	n = 1.503

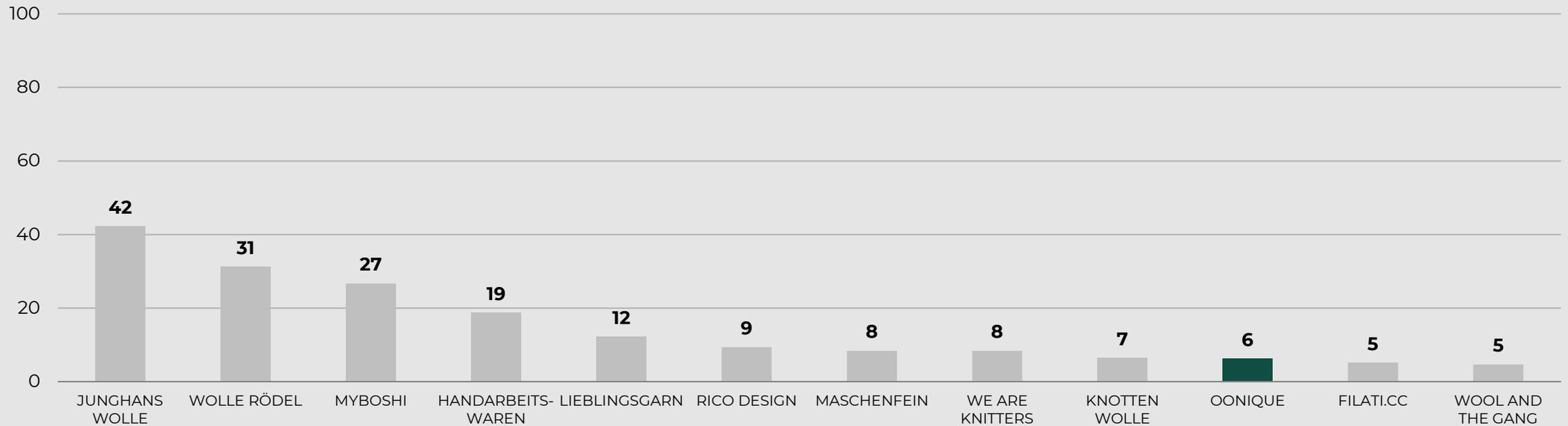
AGENDA

- 1 METHODE
- 2 MARKEN- UND PRODUKTBEKANNTHEIT**
- 3 MARKENIMAGE
- 4 WERBEERINNERUNG UND -BEWERTUNG
- 5 FAZIT

SECHS PROZENT KENNEN OONIQUE GESTÜTZT

GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT

Angaben in %



TV-KAMPAGNE ERHÖHT DIE BEKANNTHEIT DER MARKE

GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT

Angaben in %



AGENDA

- 1 METHODE
- 2 MARKEN- UND PRODUKTBEKANNTHEIT
- 3 MARKENIMAGE**
- 4 WERBEERINNERUNG UND -BEWERTUNG
- 5 FAZIT

BEFRAGTE MIT KONTAKT ZUR TV-KAMPAGNE HABEN EIN POSITIVERES BILD DER MARKE OONIQUE

MARKENIMAGE

Angaben in % (Top2)



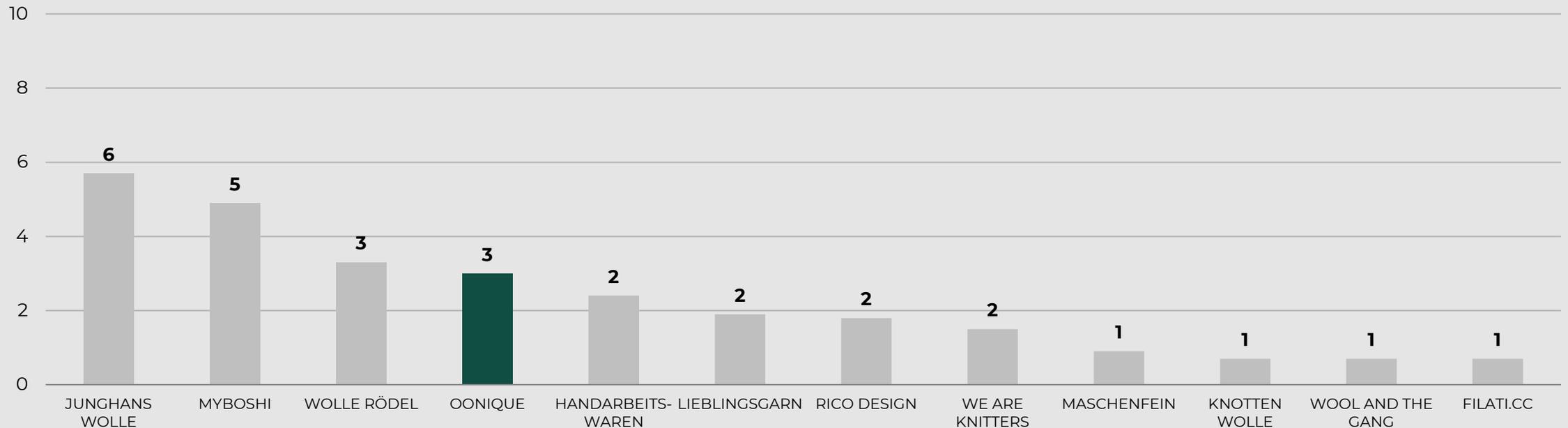
AGENDA

- 1 METHODE
- 2 MARKEN- UND PRODUKTBEKANNTHEIT
- 3 MARKENIMAGE
- 4 **WERBEERINNERUNG UND -BEWERTUNG**
- 5 FAZIT

DREI PROZENT ERINNERN SICH AN WERBUNG FÜR OONIQUE GESTÜTZT

GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

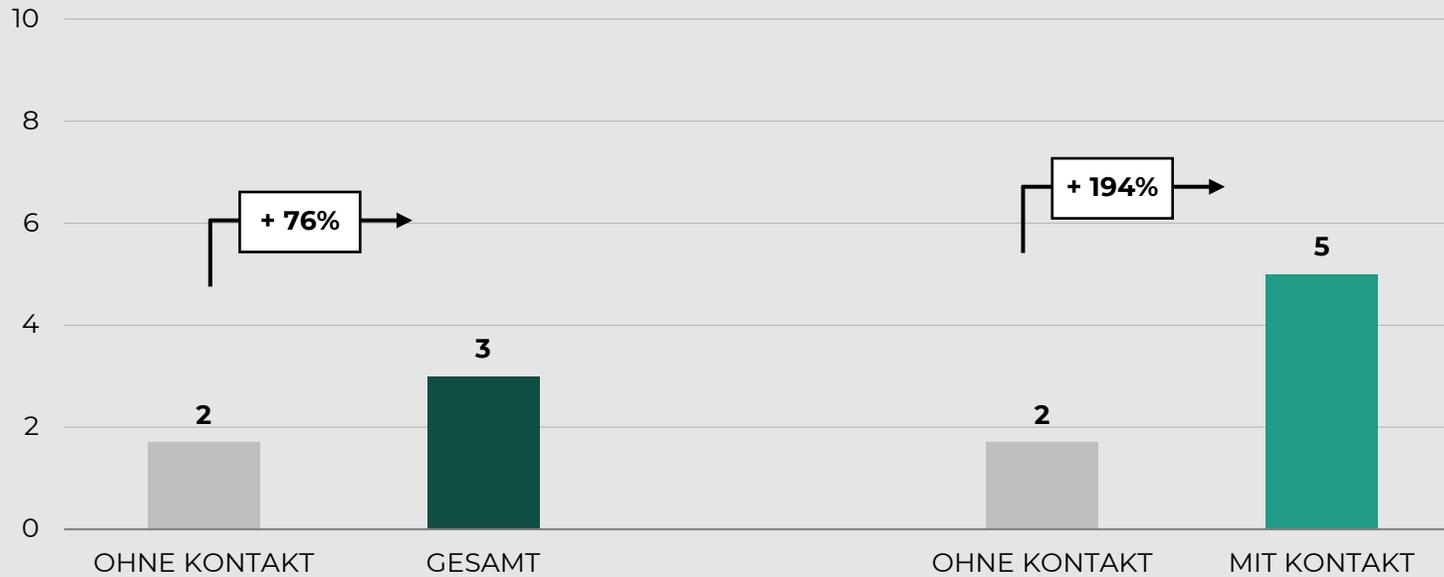
Angaben in %



WERBEERINNERUNG DURCH TV-KAMPAGNE GESTEIGERT

GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

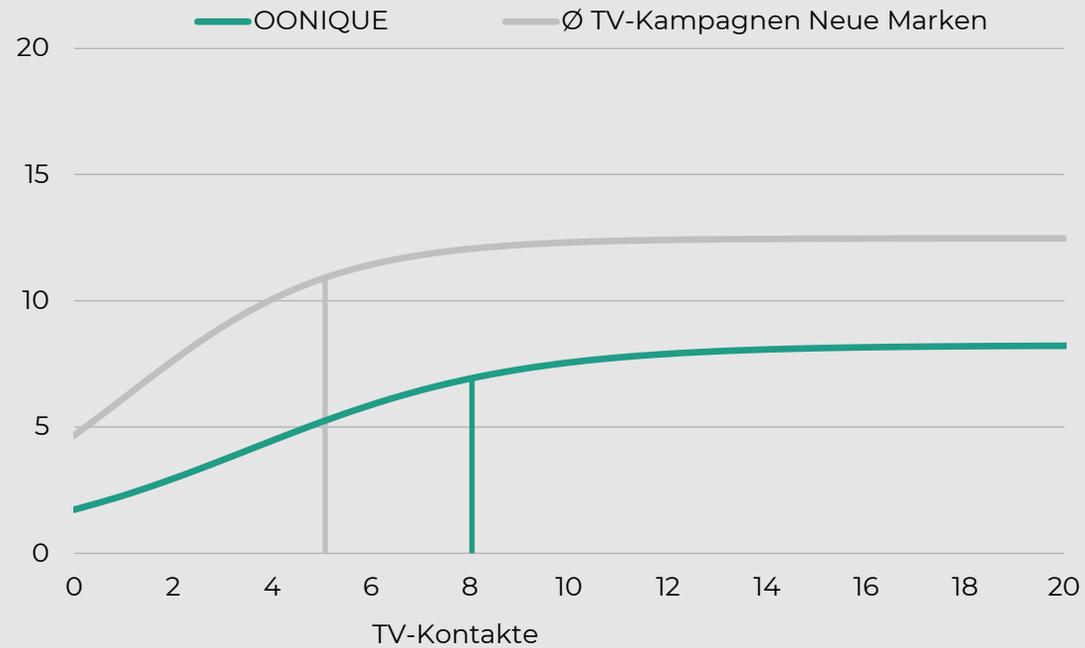
Angaben in %



ZUWÄCHSE LIEGEN AUF BENCHMARKNIVEAU

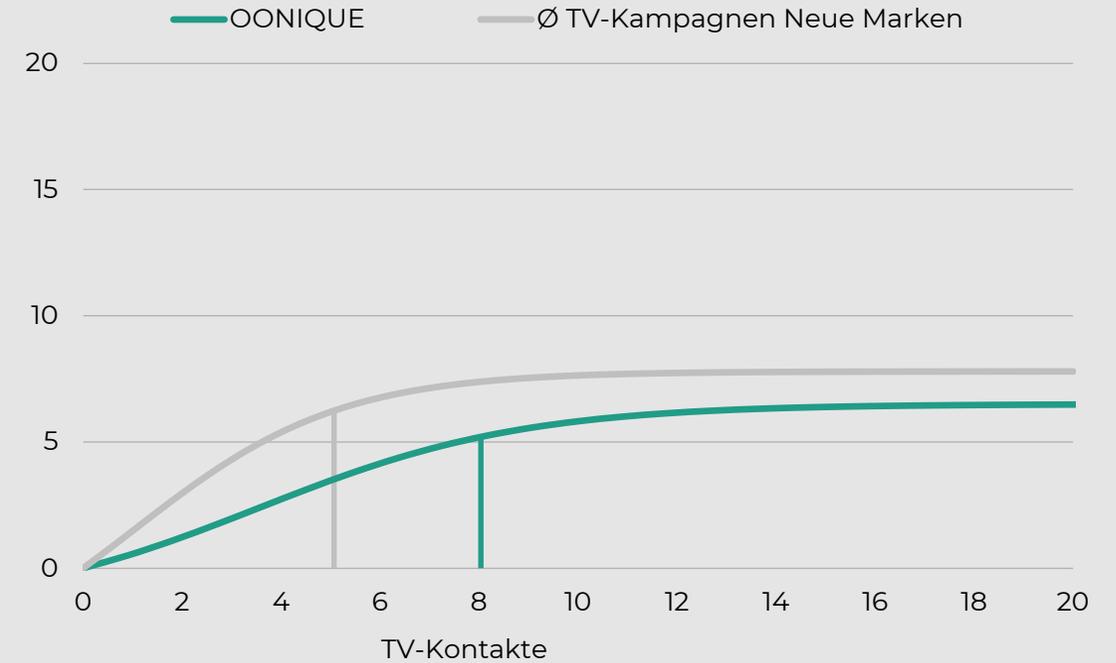
GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

Angaben in %



GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG - ZUWACHSKURVEN

Angaben in %

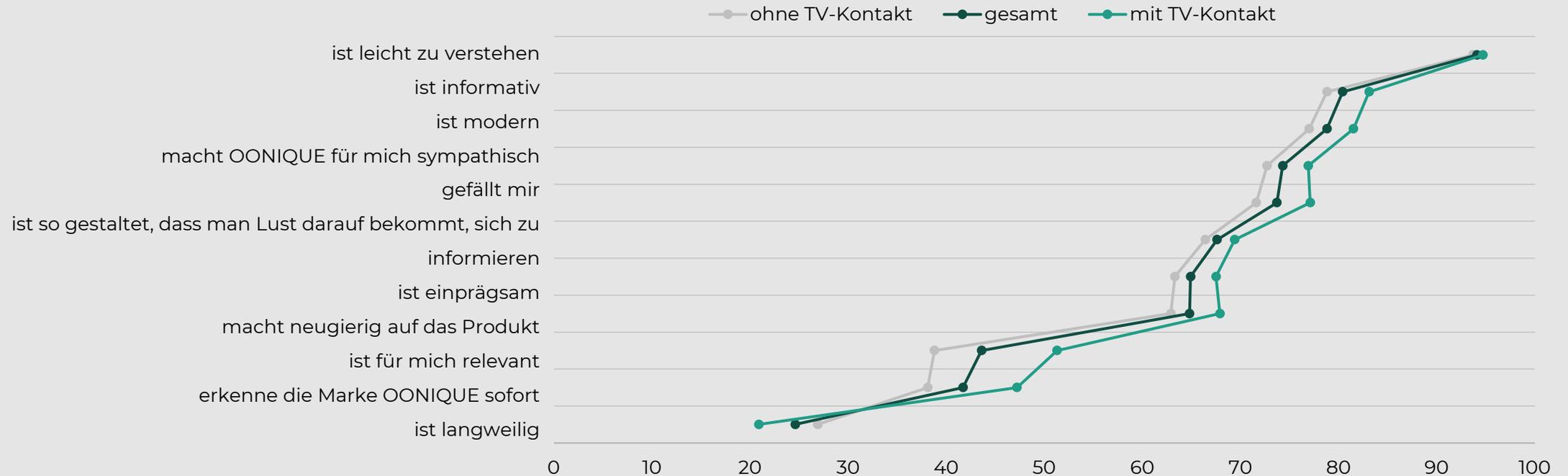


BESONDERS RELEVANZ PROFITIERT VON TV-KAMPAGNE

BEWERTUNG DES TV-SPOTS

Angaben in % (Top2)

Die Werbung ...

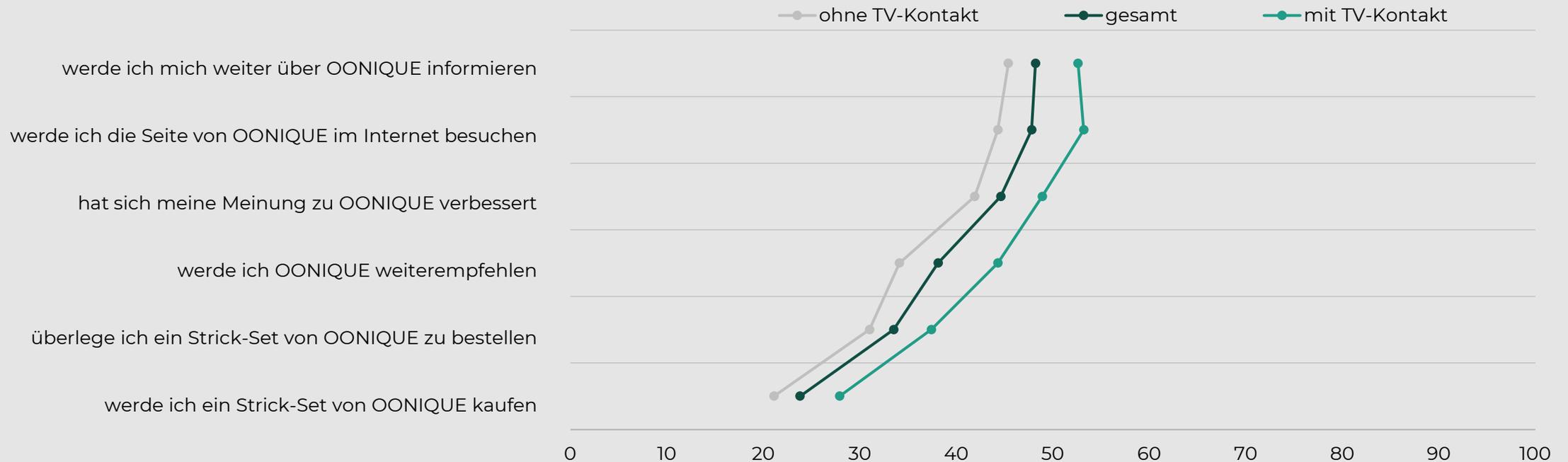


PERSONEN, DIE DEN TV-SPOT BEREITS IM TV GESEHEN HABEN, WERDEN IN ALLEN BEREICHEN HÄUFIGER AKTIVIERT

ENGAGEMENT

Angaben in % (Top2)

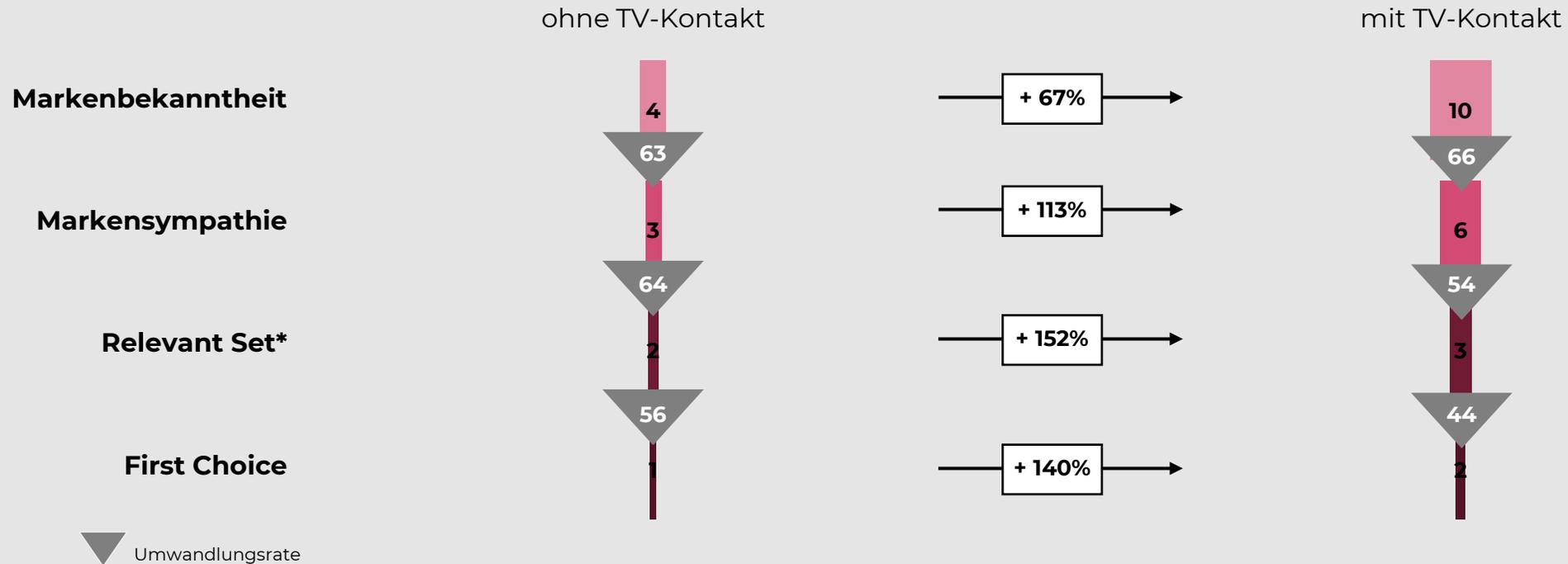
Aufgrund der aktuellen Werbung ...



TV-KAMPAGNE HAT EINEN POSITIVEN EINFLUSS AUF ALLE STUFEN DES FUNNELS

MARKENFUNNEL

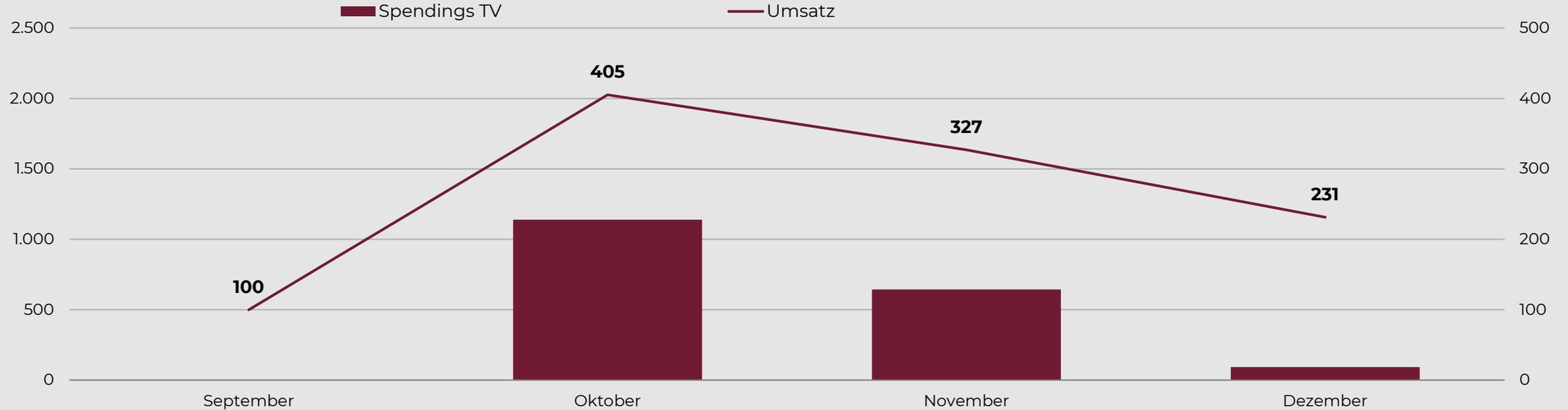
Angaben in %



TV-WERBUNG PUSHT DEN UMSATZ DER STRICK-PLATTFORM OONIQUE

TV-SPENDINGS UND UMSATZ SEP-DEZ 2022

Angaben in Tsd. € (TV-Spendings) und Indizes (Umsatz, Sep=100)



AGENDA

- 1 METHODE
- 2 MARKEN- UND PRODUKTBEKANNTHEIT
- 3 MARKENIMAGE
- 4 WERBEERINNERUNG UND -BEWERTUNG
- 5 FAZIT**

ZUSAMMENFASSUNG

- Die Markenbekanntheit von OONIQUE liegt in der Zielgruppe Frauen 25-69 bei sechs Prozent. Der Kontakt zur TV-Kampagne steigert die Bekanntheit deutlich.
- Das Markenimage profitiert von der Kampagne. Personen mit TV-Kontakt sehen OONIQUE als kundenorientierter und vielfältiger an.
- Die gestützte Werbeerinnerung liegt bei 3 Prozent. Ein positiver Werbeeffekt ist feststellbar.
- Der Spot wird in den meisten Aspekten gut beurteilt.
- TV generiert starken Traffic auf der Oonique-Website.

Advertising & Media Research

FRANZISKA ROCHAU

Medienallee 4

85774 Unterföhring

+49 (0) 89/9507-43 52

Franziska.rochau@seven.one

