

STRÖER

DER NEUE FORD FOCUS
> Einpark-Assistent



Werbewirkungsstudie – PKW

Wirksamkeit von OOH-Kampagnen auf Website Visits

Hintergrund



Berücksichtigte Dimensionen von Daten in der Analyse

Medien

- Spend & GRP für Ford Name Plates

Online Kampagnen

- Ad Impressions und Clicks für Ford Name Plates

Werbeinvestments nach Nielsen Media Research

- Ford Name Plates
- Wettbewerber

Visits und Konfigurator Starts

- Ford Name Plates

Google Trends

- Ford Name Plates
- Wettbewerber

Messen und Reviews

- Ford Name Plates

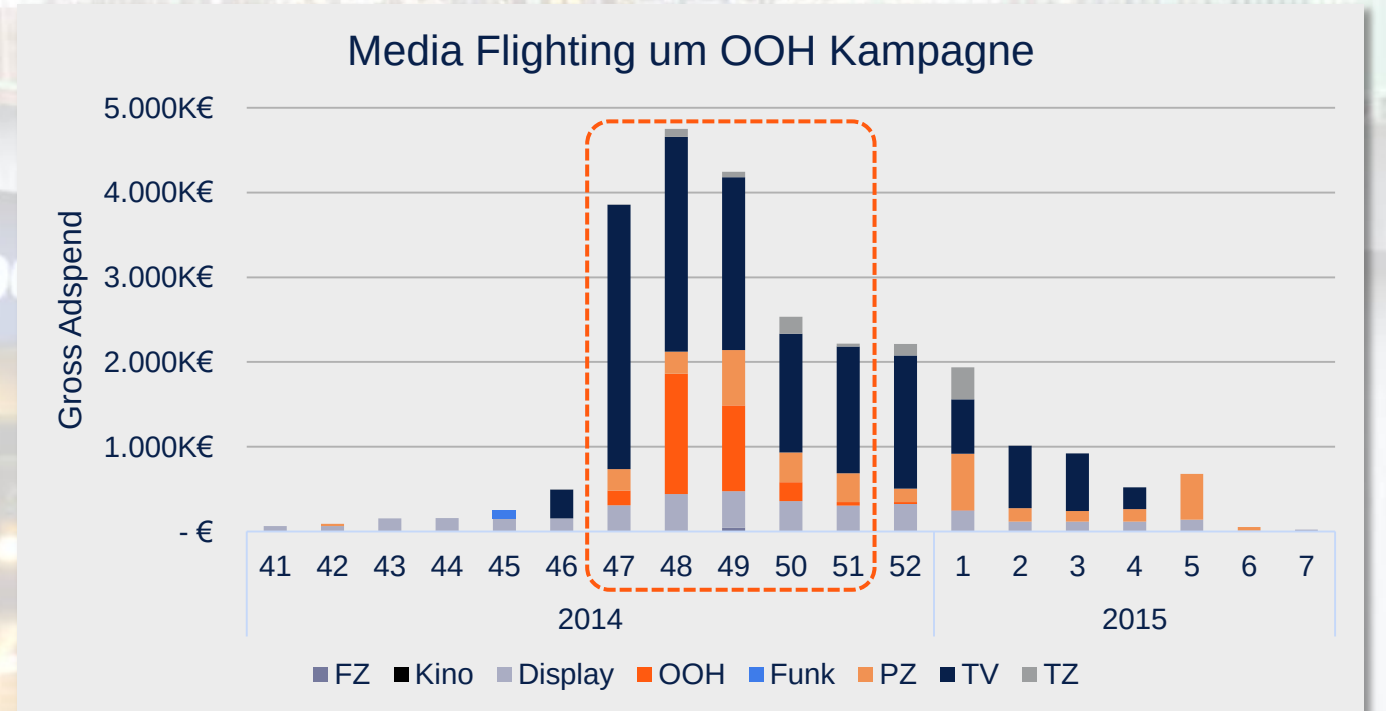
Wikipedia Nutzer

- Ford Name Plates
- Wettbewerber

Externe Faktoren

- Wetter
- Ferien
- Feiertage

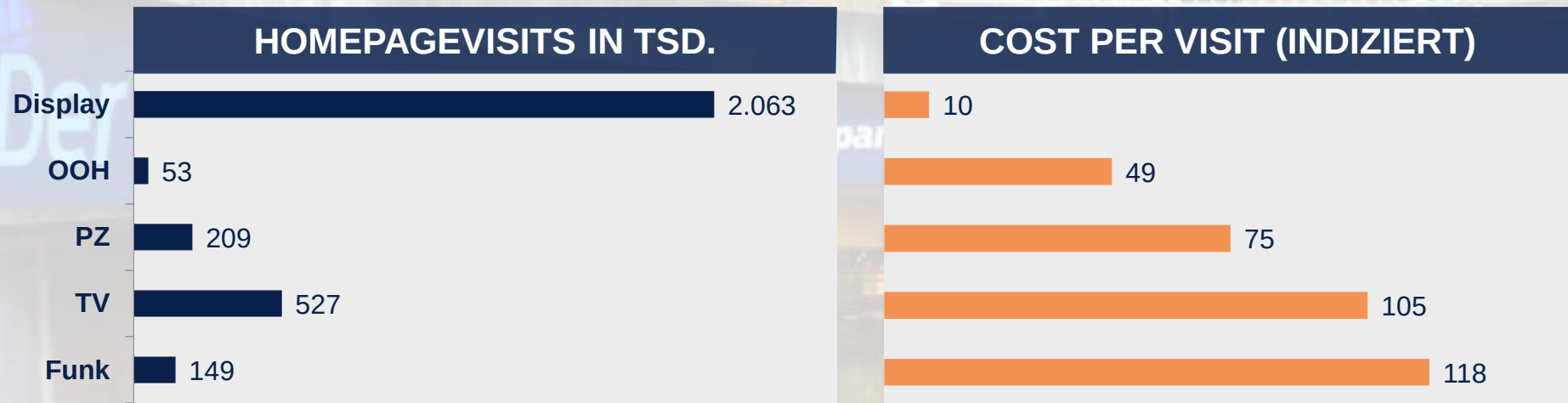
Ford Focus: OOH Flight 2014



OOH Flight generiert 52.553 Visits
(6.1% der Visits im Flighting Zeitraum)

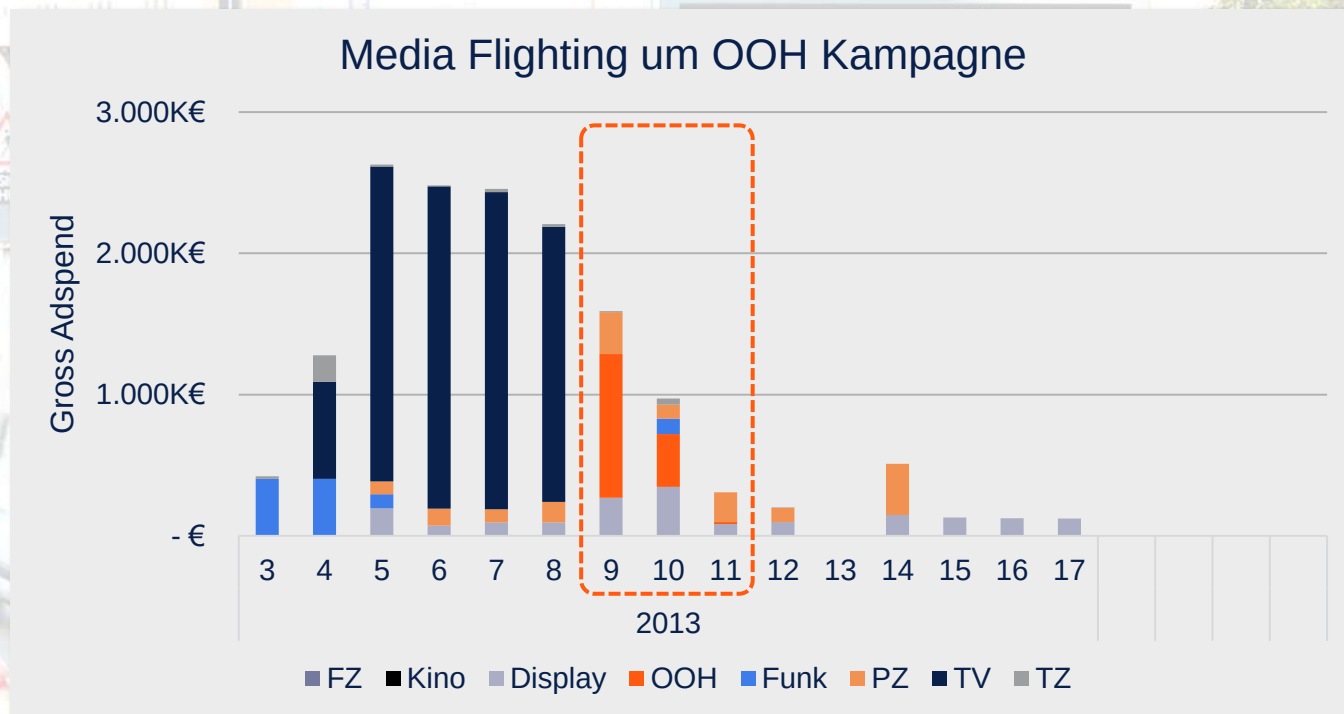
Ford Focus: Effektivität und Effizienz

Bewertung der Medienkanäle nach Effektivität und Effizienz
Brutto KW 01/2012 bis KW 40/2015



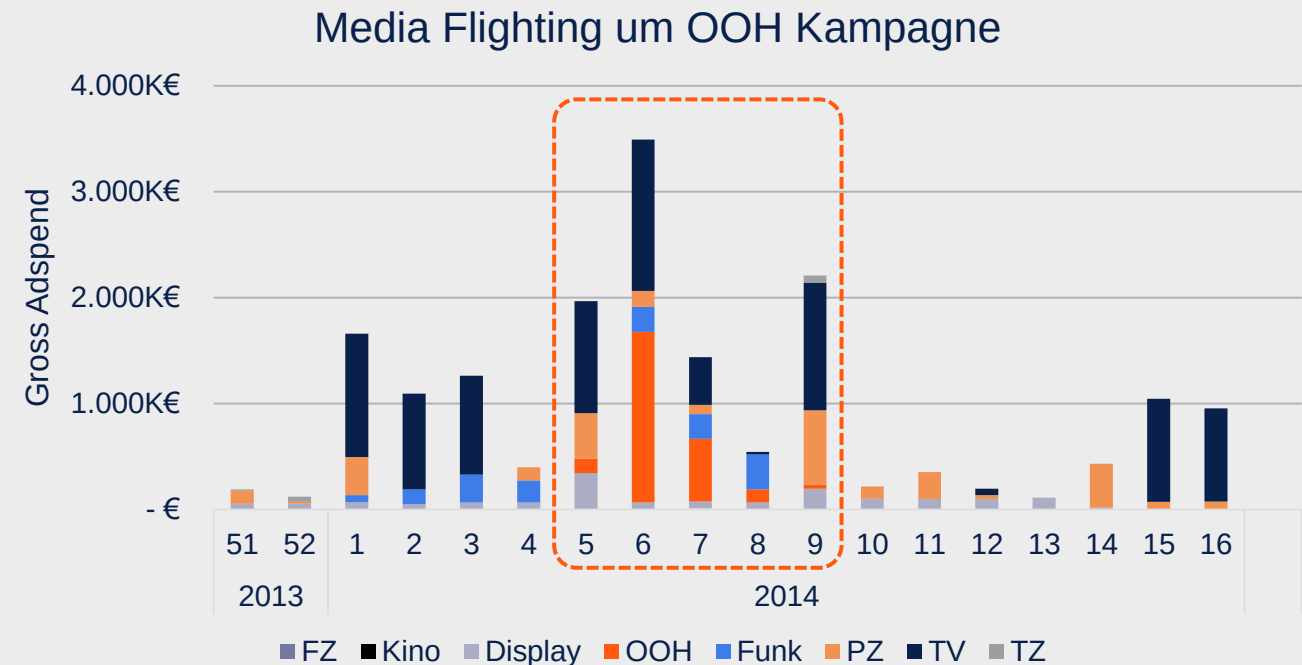
Cost per Visit 49: OOH zweiteffizientestes Medium.
Display aufgrund von fehlendem Medienbruch
überproportional effektiv

Ford Fiesta: OOH Flight 2013



**OOH Flight generiert 14.538 Visits
(4,9% der Visits im Flighting Zeitraum)**

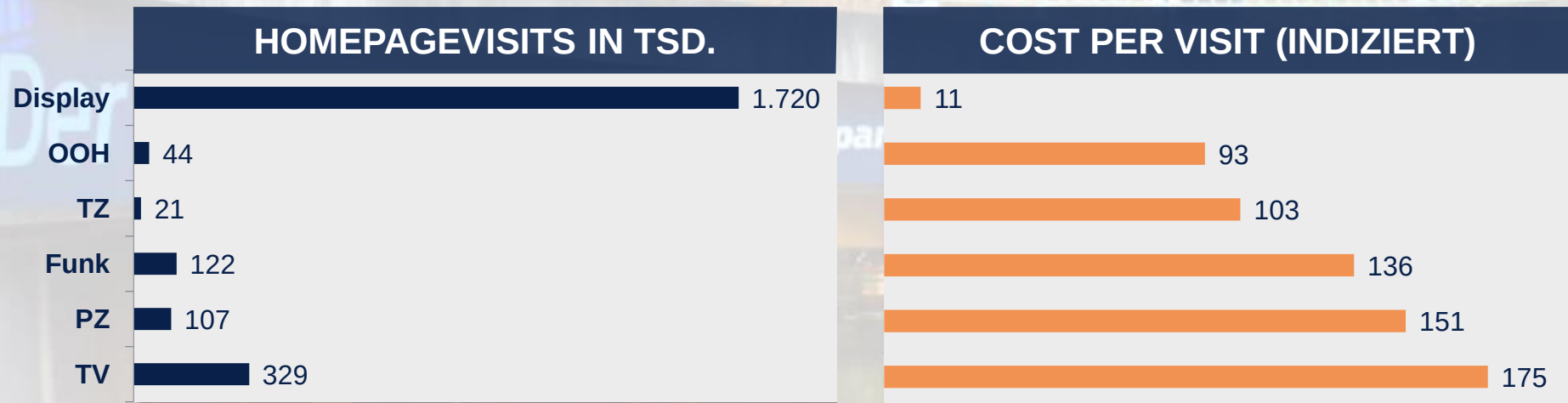
Ford Fiesta: OOH Flight 2014



**OOH Flight generiert 29.792 Visits
(9,1% der Visits im Flighting Zeitraum)**

Ford Fiesta: Effektivität und Effizienz

Bewertung der Medikanäle nach Effektivität und Effizienz
Brutto KW 01/2012 bis KW 40/2015



Cost per Visit 93: OOH zweiteffizientestes Medium.
Display aufgrund von fehlendem Medienbruch
überproportional effektiv

A group of four people are running away from the camera on a sandy beach towards the ocean. They are silhouetted against a bright, hazy sunset sky with soft clouds. Their arms are raised in the air, suggesting a sense of freedom and joy. The word "STRÖER" is superimposed in large, bold, dark blue capital letters across the middle of the image, partially obscuring the runners.

STRÖER