SWISS RADIOWORLD

EMMA – THE SLEEP COMPANY ATTRIBUTIONSKAMPAGNE

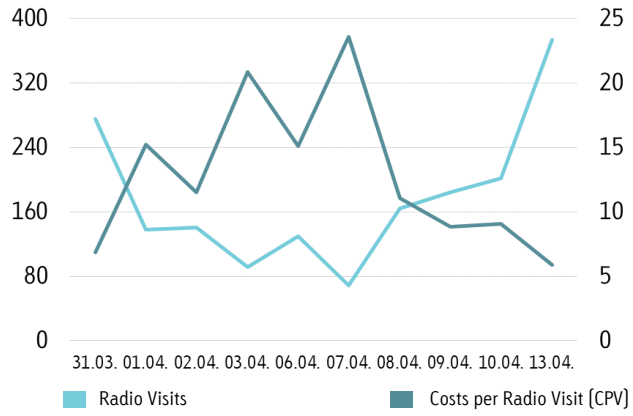
Mit der Kampagne von Emma - The Sleep Company konnte die Performance von Radiowerbung nachgewiesen werden.

ZIEL UND VORGEHEN

Ziel der Kampagne war, die durch das Radio generierten Website-Besuche für das E-Commerce Unternehmen Emma messbar zu machen, und somit die Wirkung von Radiowerbung auf die Visits aufzuzeigen. Durch die Modellierung des Attribution Providers windsor.ai konnte der Website-Traffic einzelnen Werbespots zugeschrieben werden, wodurch die Wirkung von Radiowerbung auf das Suchverhalten nachgewiesen werden konnte.

RESULTAT

Durch die Messung konnte nachgewiesen werden, dass Radiowerbung einen zu anderen Breitmedien kompetitiven CPV (Cost per Visit) erzielt, jeder Spot mind. 20 Visits ausgelöst hat und fast jeder Spot einen Abverkauf auf der Website generierte. Zusätzlich konnte der CPV im Verlauf der Kampagne bei einzelnen Tageszeiten bis zu 45% vermindert werden.







„ANHAND DER GESTEIGERTEN WEBSITE VISITS SOWIE DES REDUZIERTEN CPV, KONNTE EINE POSITIVE WIRKUNG VON RADIOWERBUNG AUF DIE SUCHABFRAGEN NACHGEWIESEN WERDEN. FÜR EIN UNTERNEHMEN, DAS IN DER SCHWEIZ ZUM ERSTEN MAL RADIO BUCHT, IST DIES NATÜRLICH SEHR ERFREULICH UND ES ERÖFFNET UNS NEUE MÖGLICHKEITEN FÜR UNSEREN MEDIAMIX.»

FELIX FOCKEN, COUNTRY MANAGER DACH BEI EMMA – THE SLEEP COMPANY

FÜR MEHR INFORMATIONEN

+41 44 485 42 70

info@swissradioworld.ch

WWW.GOLDBACH.COM