

Case study Out-of-Home am PoS

Quark-/Joghurt-Segment



Werbewirkung der Plakatkampagne am PoS

Testkunde Segment Quark / Joghurt

1

Markenimage

2

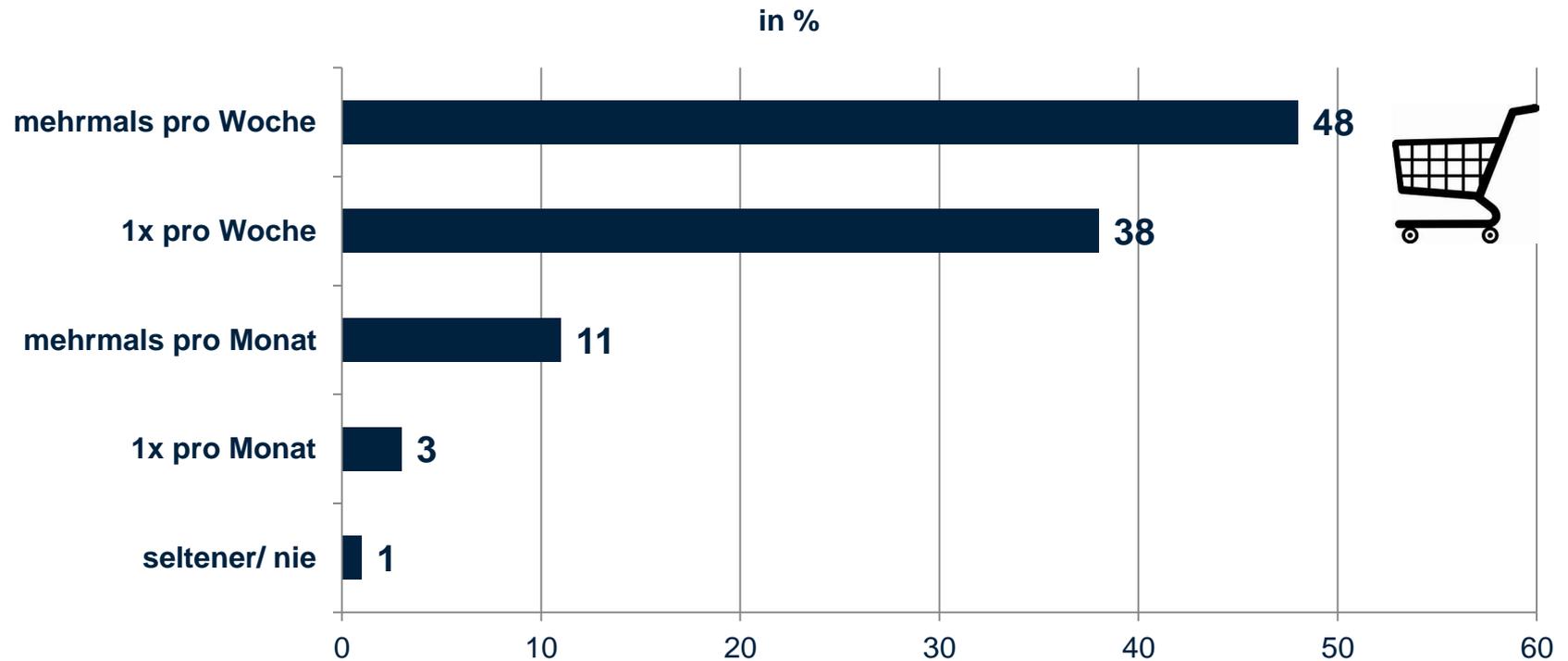
Relevant Set

3

Call-to-action

Kaufhäufigkeit von Quark- oder Joghurtprodukten

Jeder Zweite kauft wöchentlich Quark- oder Joghurtprodukte im Verbrauchermarkt ein.

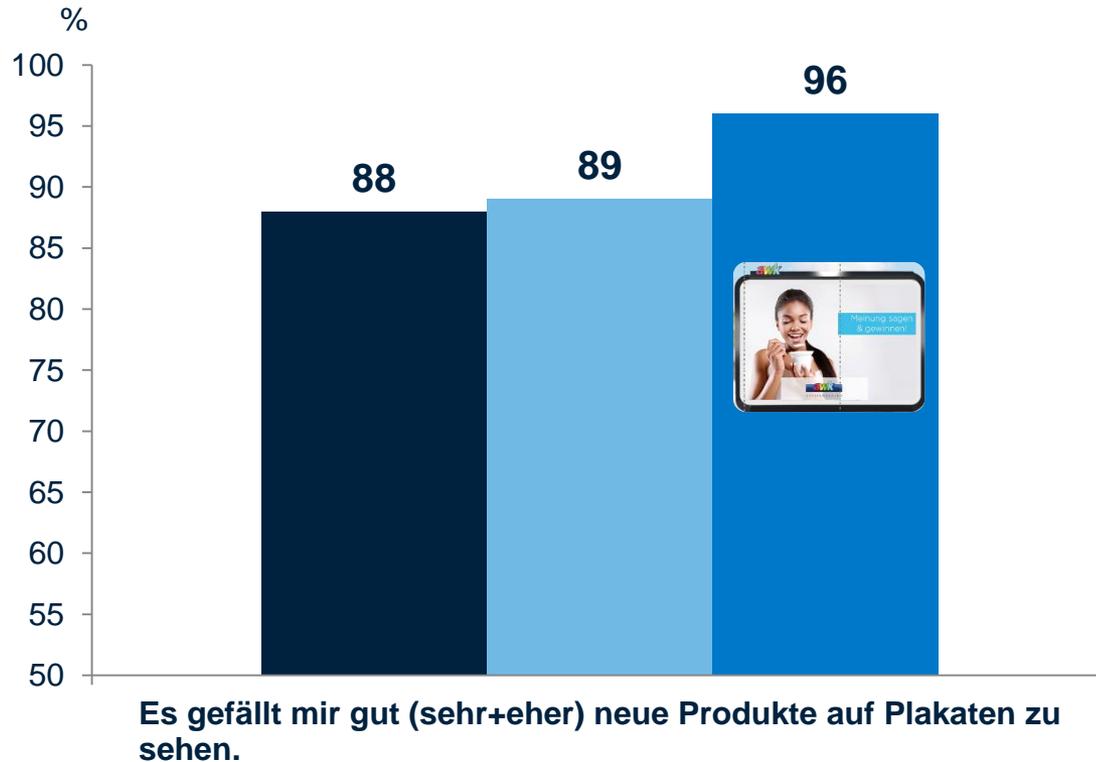


F5: Wie häufig kaufst Du persönlich Quark- oder Joghurtprodukte ein?

Alle Befragten n=2.273

Informationsquelle Plakat

Plakate aktivieren am Point of Sale!



- Alle Befragten
- Käufer von Quark/ Joghurt mind. 1x pro Woche
- Plakatkontakt mit Testkunde

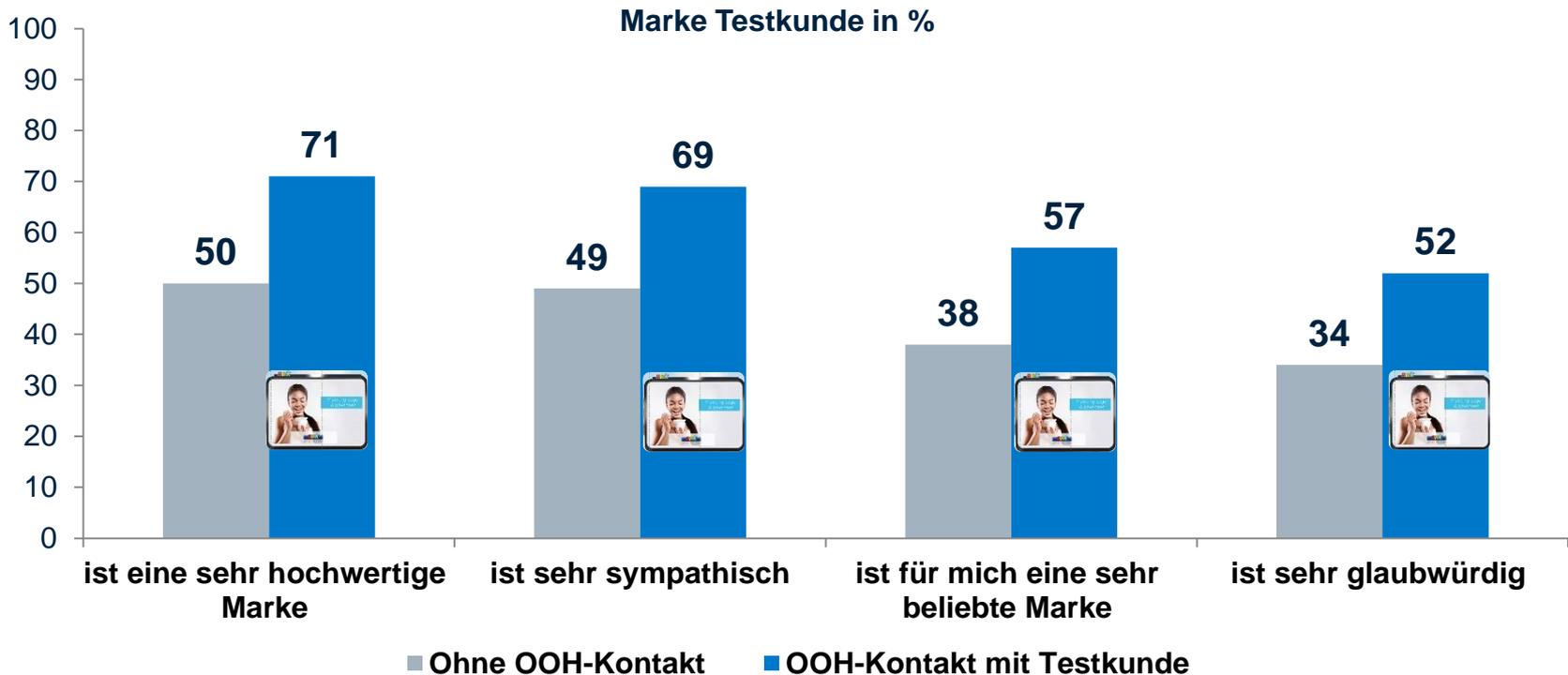
Alle Befragten n=2.273
Käufer von Quark- oder Joghurtprodukten mind. 1 x pro
Woche n=1.955
Mit OOH-Kontakt n=343

F12: Gefällt es Dir neue Produkte auf Plakaten zu sehen?

Markenimage

Hohes Markenimage bei Personen mit OOH-Kontakt.

Das Massenmedium Plakat trägt zum Markenaufbau bei.



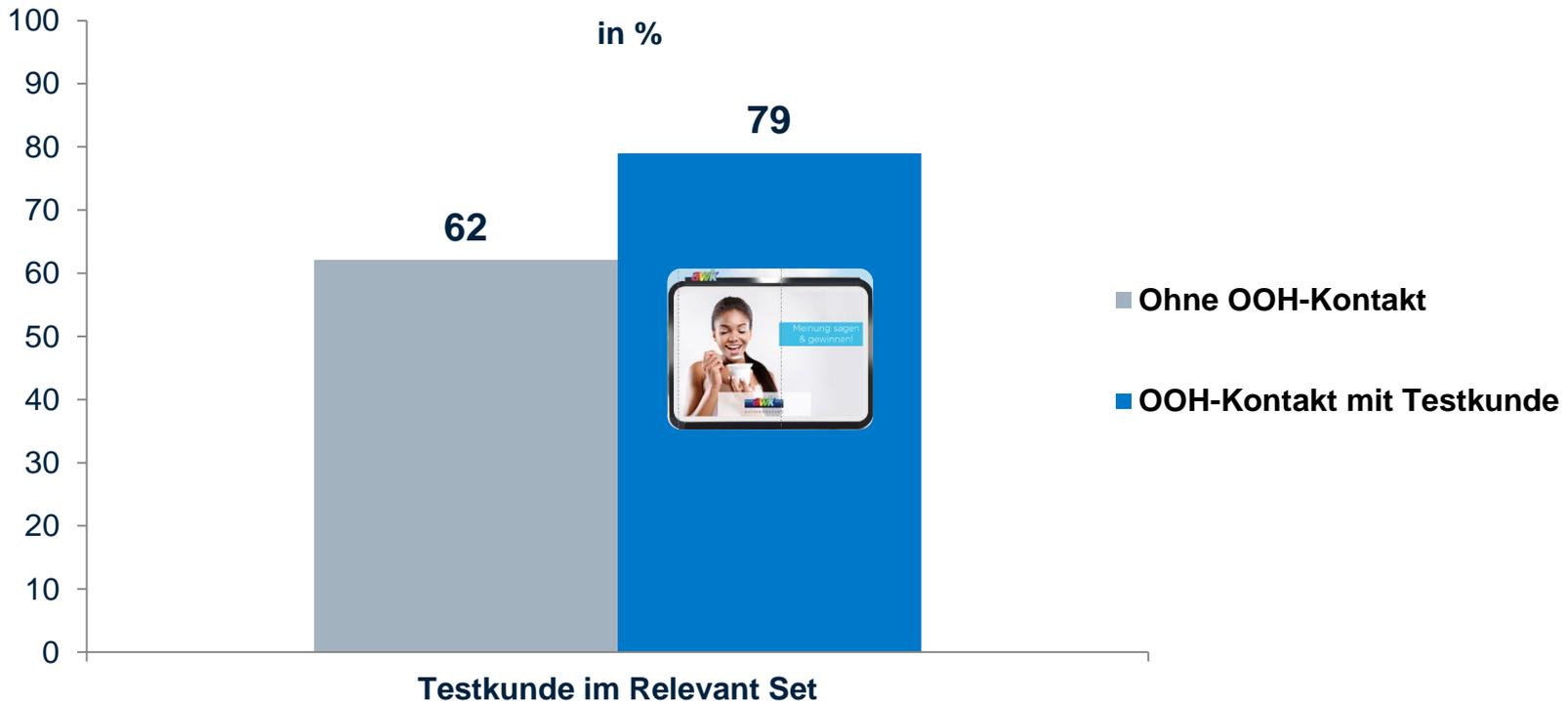
F10 (Ausprägung sehr): Inwieweit treffen deiner Meinung nach die folgenden Aussagen auf die Marke Testkunde zu?
F9: Wie sympathisch findest Du die Quark- und Joghurtmarke Testkunde?

Mit OOH-Kontakt n=343
Ohne OOH-Kontakt n=1.931
F13: Ist Dir in den letzten 14 Tagen Plakatwerbung von Testkunde aufgefallen?

Relevant Set bei Quarkprodukten

Personen mit OOH-Kontakt greifen stärker zum Quark des Testkunden.

Hohe Ausschöpfung des Verwenderpotenzials durch Plakat.



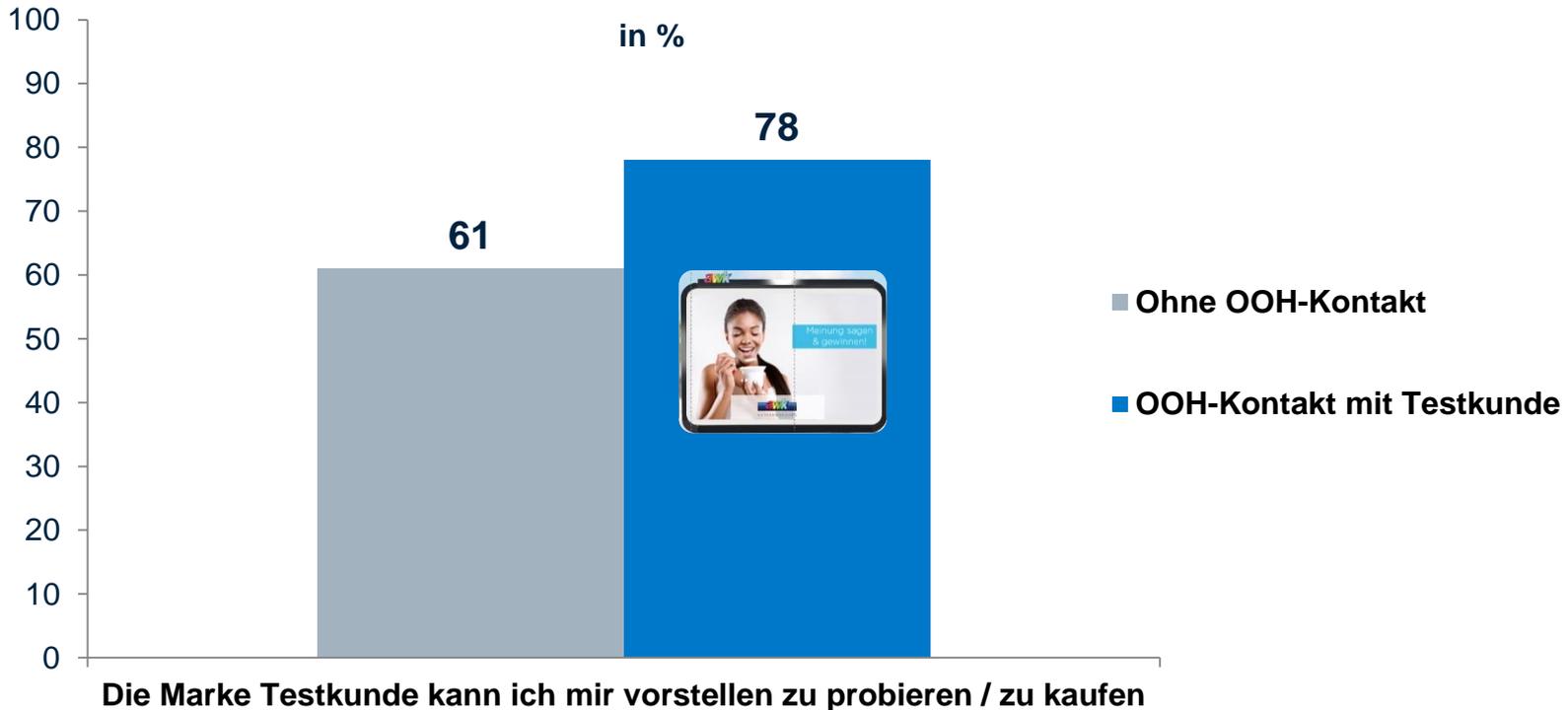
F6: Wenn Du für dich und deinen Haushalt Quarkprodukte einkaufst, welche der folgenden Marken kommen dabei für Dich grundsätzlich in Frage?
Mehrfachauswahl

Mit OOH-Kontakt n=343
Ohne OOH-Kontakt n=1.931
F13: Ist Dir in den letzten 14 Tagen Plakatwerbung von Testkunde aufgefallen?

Call-to-Action

Klare Werbebotschaft aktiviert zum Kauf.

OOH am Point of Sale ist ein Impulsgeber, der die Kaufentscheidung noch wesentlich beeinflussen kann.



F10: Inwieweit treffen deiner Meinung nach die folgenden Aussagen auf die Marke Testkunde zu?

Mit OOH-Kontakt n=343
Ohne OOH-Kontakt n=1.931
F13: Ist Dir in den letzten 14 Tagen Plakatwerbung von Testkunde aufgefallen?

Großflächen-Plakate aktivieren am PoS!



- Plakate am PoS erzeugen relevante Kontakte unmittelbar vor dem Kaufakt.
- Bis zu 70 % aller Einkäufe verlaufen ungeplant. Kampagnen am PoS schieben Ihren Umsatz an.
- Plakat trägt zum Markenaufbau bei, hohe Ausschöpfung des Sympathiepotenzials durch OOH.
- Anstieg von Relevant Set und Aktivierung zum Kauf, hohe Ausschöpfung des Verwenderpotenzials durch OOH.

Screening / Studiendesign

Burdaplattform brandsyoulove.de.

/www.brandsyoulove.de/allProjects.html

brands you love

Home

Blog

Alle Aktionen

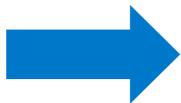
Kontakt

FAQ



- Online-Befragung auf der Burda-Plattform brandsyoulove.de: CAWI, ungestützt
- Zielgruppe: Mitglied bei brandsyoulove.de, 18+ Jahre, an mind. 3 Tagen / Woche außer Haus
- Feldzeit: Juni 2018
- Gebiet: National

Fallzahl
n=2.273



brands you love präsentiert



awK AUSSENWERBUNG

Joghurt oder Quark, Meinung sagen und Chance auf kindle paperwhite sichern!

ZUR UMFRAGE

brands you love präsentiert



ruhr in love

Wir verlosen 5x2 Tickets für Ruhr-in-Love – das elektronische Familienfest

JETZT MITMACHEN

brands you love präsentiert



brands you love

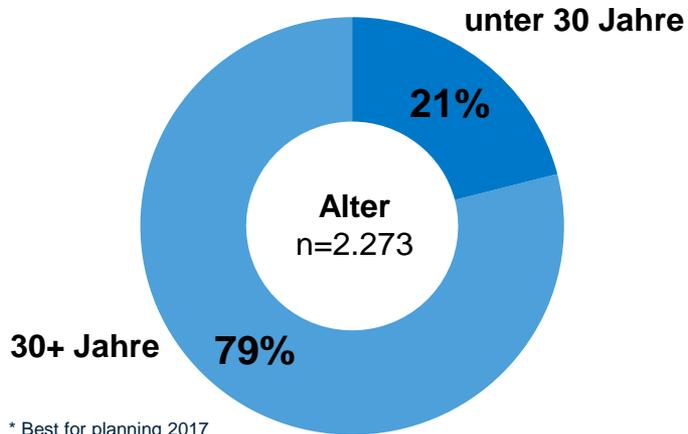
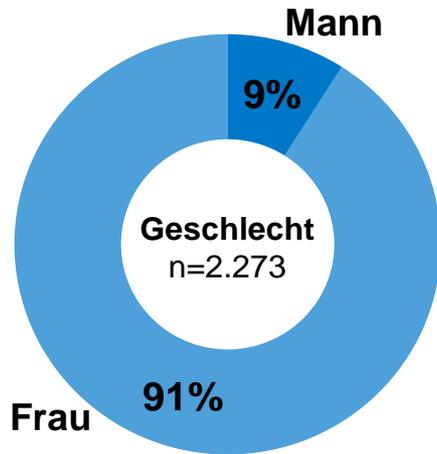
Wie jubelst du, wenn ein Paket von brands you love ankommt? Zeig es uns in einem Video!

JETZT MITMACHEN

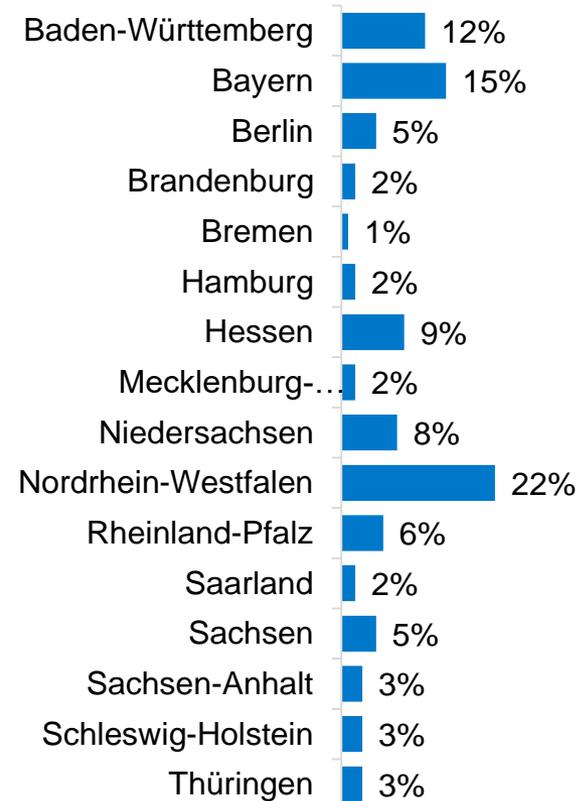
- Durchführung: tracdelight GmbH (Burda Studios)
- Beauftragung: awk Aussenwerbung GmbH
- Testkampagne Quark-/Joghurtkunde: 1.075 Verbrauchermärkte mit 2.229 18/1 GF, Spendings gesamt: 389.000 €

Soziodemografie

Zielgruppe der Testkunde-Quarkverwender*: HHF, weiblich, 30+ Jahre



Bundesländer / Region



* Best for planning 2017

Alle Befragten n=2.273