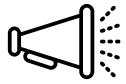
Better marketing for people.

Drive2Web von Radio-Kampagnen

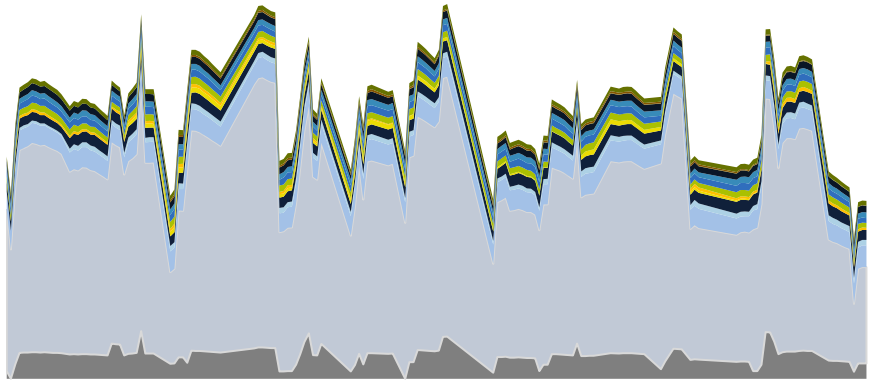
Mit Radio Search und Visits steigern

Methode: Ökonometrisches Modelling (MMM)

Ex-Post



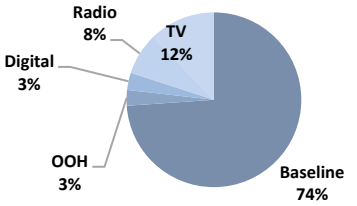
Modell



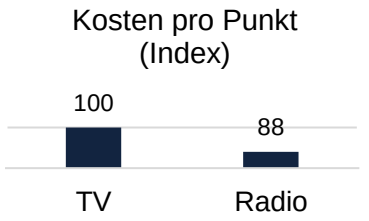
Abhängige Variable = x_1·Saison + x_2·TV + x_3·Digital + x_4·Radio + x_5·OOH + x_6·Spend Wettbewerb

Prognose

Zusammensetzung



Effizienz



Prognose

Kernergebnisse der Studie

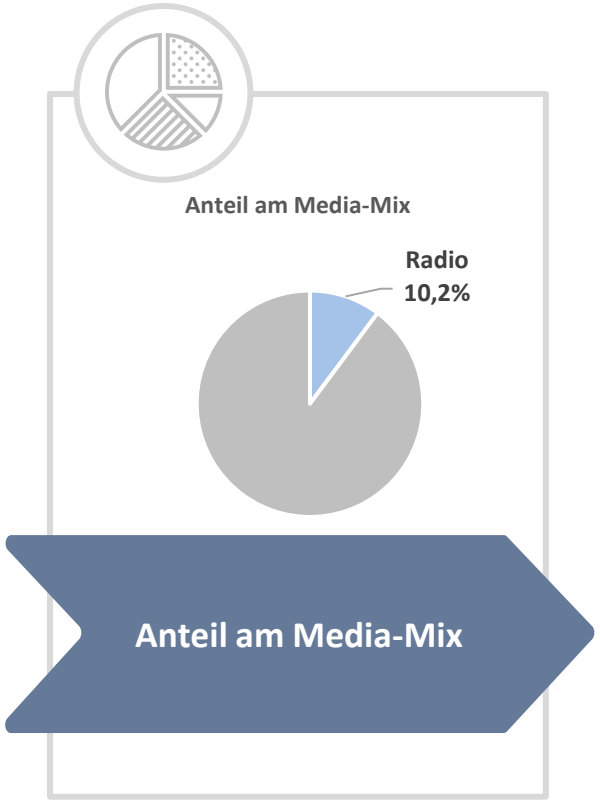
AS&S Studie

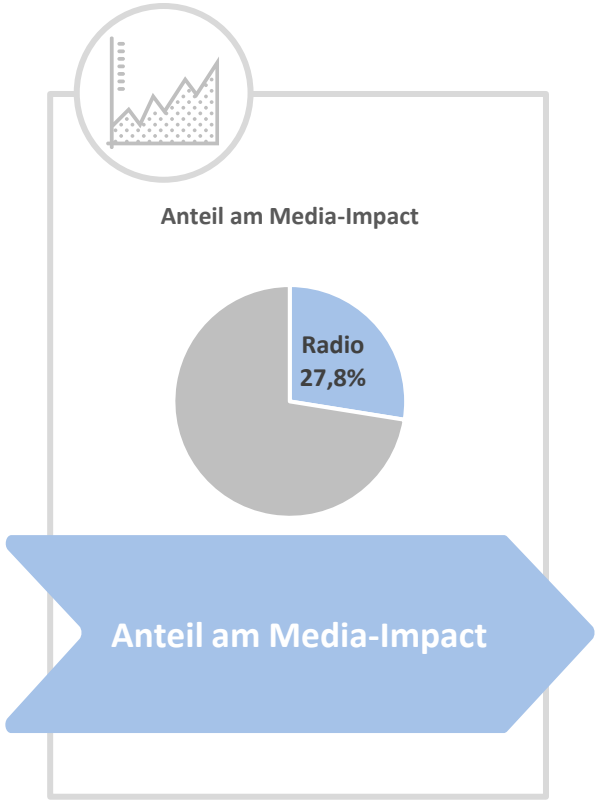
17 Modelle für Visits, 19 für Google-Suchen in insgesamt 6 Branchen

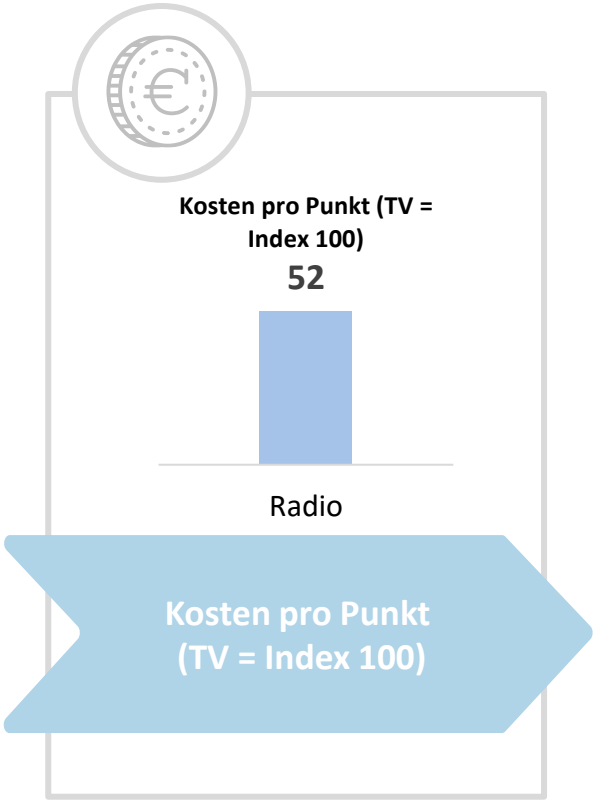
Die Effekte von Radio ließen sich in allen untersuchten Fällen nachweisen. Im Ergebnis zeigt sich:

- Radio stößt sowohl Suchanfragen als auch Web-Visits an
- Eine hohe Effektivität: Höherer Anteil an der media-induzierten Wirkung als am Media-Mix
- Eine hohe Effizienz: Niedrige Kosten pro Punkt
- Eine Wirkung über die Kampagne hinaus: Radio generiert einen Carry-Over von bis zu drei Wochen
- Der Effekt vor Radio auf Web-Visits fällt besonders stark aus

Web-Visits: Hohe Effektivität und Effizienz für Radio



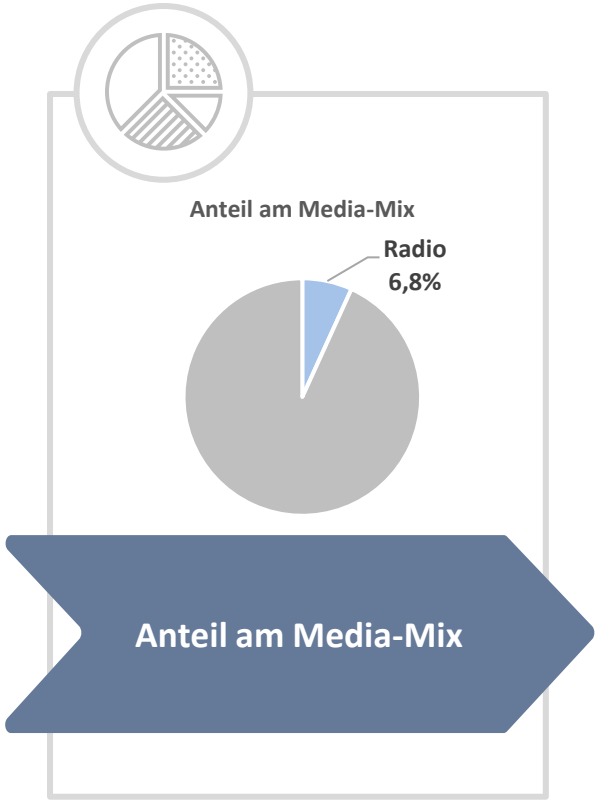


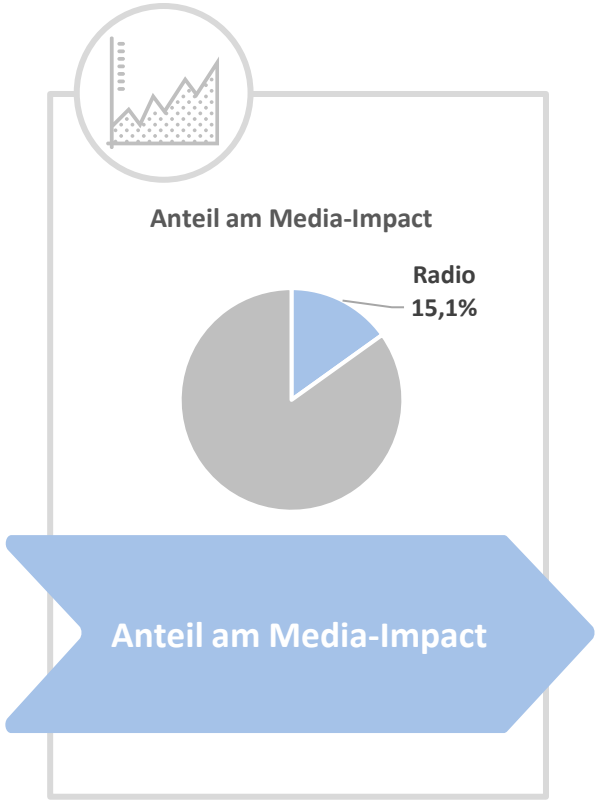


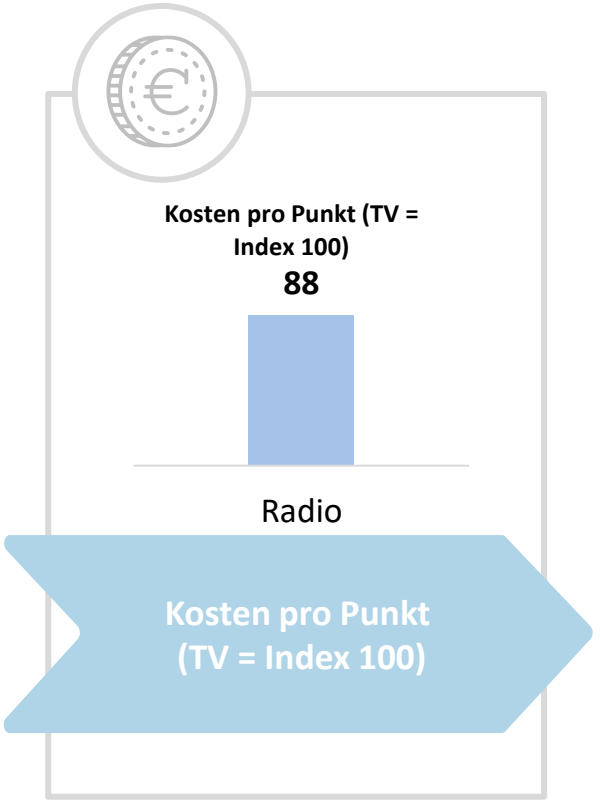
Obwohl durchschnittlich nur 10,2% der Werbespendings auf Radio entfielen, war Radio für 27,8% der durch Media verursachten Webseiten-Visits verantwortlich.

Zudem hat Radio im Mittel der untersuchten Cases deutlich effizienter als TV gewirkt (Index Kosten pro Punkt).

Web-Suchen: Hohe Effektivität und Effizienz für Radio



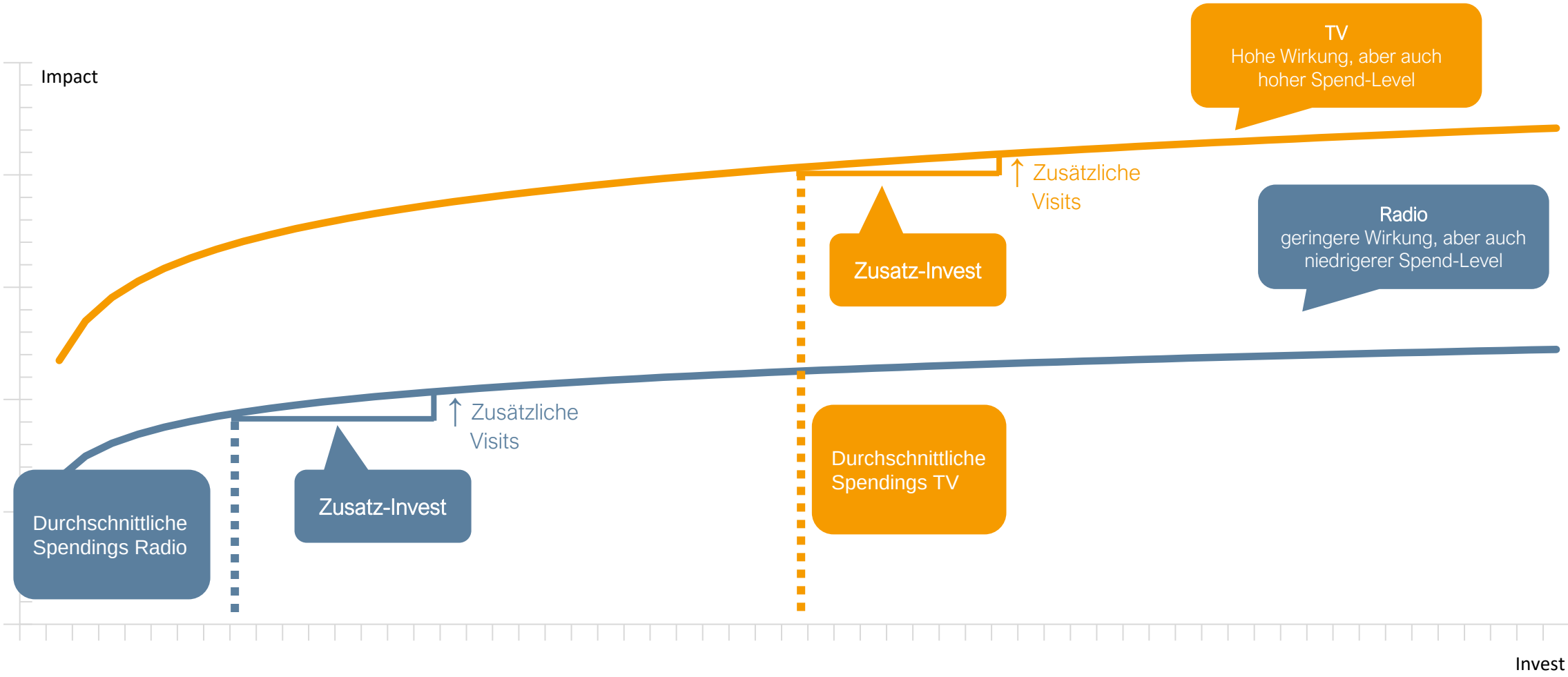




Obwohl durchschnittlich nur 6,8% der Werbespendings auf Radio entfielen, war Radio für 15,1% der durch Media verursachten Google-Suchen verantwortlich.

Zudem hat Radio im Mittel der untersuchten Cases deutlich effizienter als TV gewirkt (Index Kosten pro Punkt).

Warum wirkt Radio so gut?



Drive2Web – Ergebnisse & Learnings

Gute Wirkung im Mix

Radio zeigt eine gute Wirkung im Mix zur Generierung von Web-Suchen und Web-Visits

Zeitliche Nachwirkung

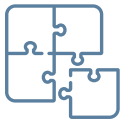
Radio wirkt über den Kampagnenzeitraum hinaus ➡ Radio verträgt grundsätzlich Werbepausen

Gute Wirkung bei möglichst langen Zeitraum

Eine besonders gute Wirkung zeigt sich, wenn Radio über einen möglichst langen Zeitraum eingesetzt wird

Erhöhung der Wirkung von Radio und des Media-Mixes

Das Budget von Radio am Media-Mix ist unter Wirkungsgesichtspunkten oft noch ausbaufähig. Bei Optimierung des Einsatzes (Flighting-Muster) kann eine noch bessere Wirkung erzielt werden



Radio als wichtiger Baustein im Media-Mix

Radio ist ein wichtiger Baustein in einem ausgewogenen Media-Mix – auch und vielleicht gerade im Bezug auf das Verhalten im Web