Presse-Information

Wie man das Potenzial von Online-Werbung realistisch misst

Hamburg, 06. September 2012. Digitale Medien sind voller Möglichkeiten für Marketer und Marktforscher. Aber wie kann man diese optimal nutzen? Ipsos hat dafür eine innovative Lösung entwickelt, den Live|Test. Dieser prüft das Potenzial im Vorhinein, um einen optimierten Start der Online-Kampagne zu gewährleisten. Das Ipsos Team lädt alle Interessierten herzlich ein, auf der dmexco in Köln über die Möglichkeiten des Tools zu diskutieren (Halle 8, F065).

Der Ipsos Live|Test untersucht realistische Markeneffekte und bietet Insights in die Synergien zwischen kreativem Werbeinhalt und Mediaausgaben. Ermöglicht wird dies durch einen einzigartigen und neuen Prozess, welcher prüft, ob die intendierten Onlinenutzer auf vorher definierten Internetseiten die Onlinewerbung sehen. Das Besondere daran ist, dass die gezeigte Werbung gesteuert werden kann.

Somit können Marketingentscheider im Vorfeld der Onlinekampagne selbige auf ihren Zielerreichungsgrad hin optimieren oder lernen, wie sich die Kampagne in-market entwickelt. Live|Test gibt die passenden Einblicke, um die richtigen Entscheidungen für die Online-Kampagne zu treffen.

Shaun Dix, Head of Ipsos ASI, der Werbeforschung bei Ipsos, erläutert dazu: „Live|Test kann die von Unternehmensseite intendierten digitalen Werbemittel der Zielgruppe aussetzen und sie somit auf Effektivität prüfen, während der Onlinenutzer normal durch das Internet surft.“ Der Output ist einzigartig, denn Live|Test kombiniert analytisch-technische Daten mit umfragebasierten Daten. Der Kunde erhält somit einen ganzheitlichen Einblick in seine Onlinewerbung und den Effekt auf die Marke – und reduziert das Risiko für einen Kampagnenflop merklich.

Uber Ipsos:
Ipsos ist ein unabhängiges und innovatives Dienstleistungsunternehmen, das weltweit Services rund um die Markt- und Meinungsforschung leistet. Um unseren Kunden bestmöglichen Service zu bieten, haben wir uns in sechs Forschungsbereichen spezialisiert. So bestimmen unsere engagierten Forscher Marktpotenziale, zeigen Markttrends, testen Produkte, Werbung und Dienstleistungen, erforschen die Wirkung von Medien und geben der öffentlichen Meinung eine Stimme. Seit Oktober 2011 gehört Synovate zu Ipsos. Damit sind wir in 84 Ländern auf allen Kontinenten vertreten und in Deutschland und weltweit nach Umsätzen das drittgrößte Marktforschungsinstitut.

„Nobody´s unpredictable“ ist weltweit das Leitmotiv von Ipsos.

Kontakt Ipsos Pressestelle
Ipsos GmbH
Gudrun Witt
Sachsenstr. 6
20097 Hamburg
040 80096 179
Gudrun.witt@ipsos.com