

ROI-Rakete Radio

Die Audioeffekt-Studie zur Abverkaufswirkung von Radio im Mediamix

Projektbeschreibung

Analysierte Kategorien im Nielsen Mix Modelling

- Bratwurst
- Limonade
- Kaffee Kapseln (Nespresso kompatibel)
- Röstkaffee

Analysierte Marken im Nielsen Mix Modelling

- WIESENHOF Bruzzzler
- DEIT
- SENSEO CAPSULES
- Gala von Eduscho

Zeitraum

156 Wochen (KW 1 / 2012 - KW 52 / 2014)

Märkte

Lebensmitteleinzelhandel > 400m² + Drogeriemärkte ohne Aldi, Lidl, Norma
ROI Berechnung: Zusatzumsatz durch Werbung / Bruttowerbeinvestitionen

Methode: 2-stufiges Nielsen Mix Modelling

Unabhängige Variablen

1. Stufe: Store Level

2. Stufe: Markt Level

abhängige
Variable

Wöchentlicher
Absatz

Trade
Promotion

Media

Consumer
Promotions

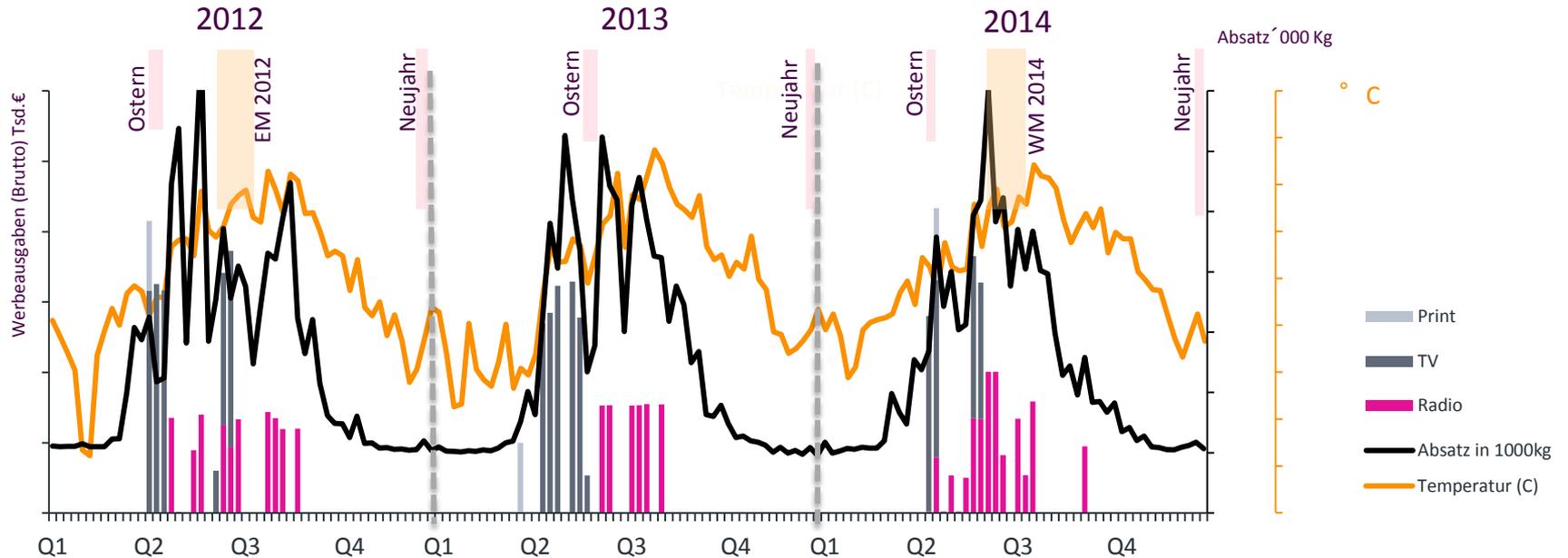
Andere
Faktoren

Multivariate Regression

Wetter-Targeting am Beispiel WIESENHOF Bruzzler

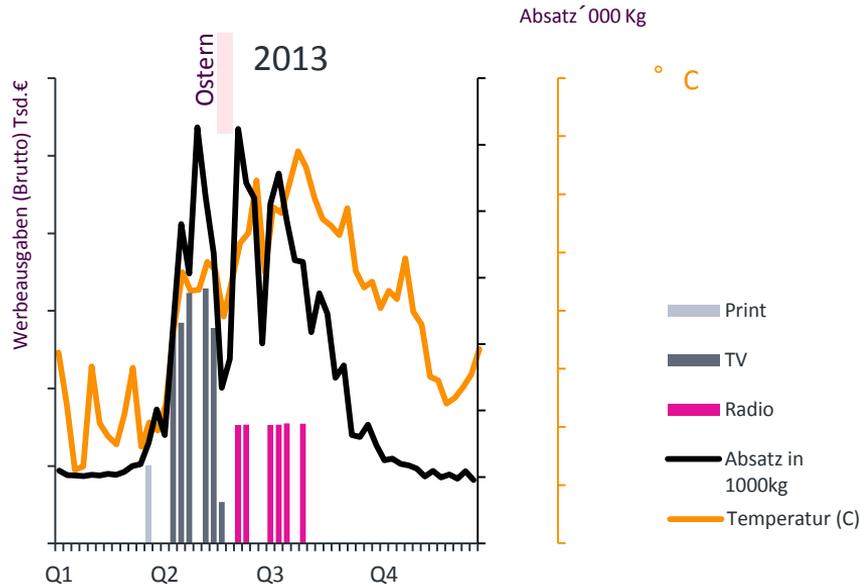
Radiokampagne mit flexiblem Wetter-Targeting

WIESENHOF Bruzzler: Absatz und Medieninvestitionen, Temperatur

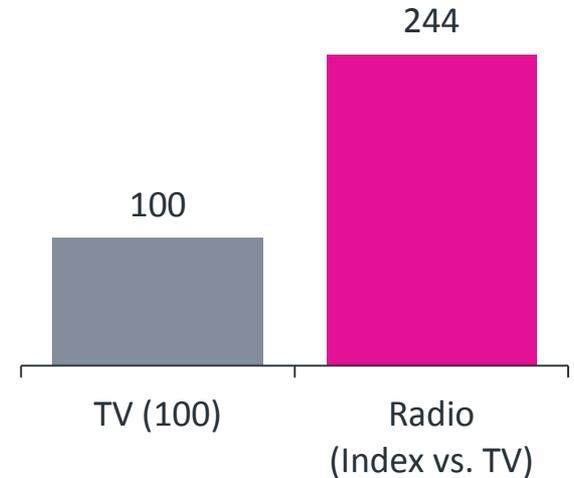


Effizienter Kaufimpuls durch Radiokampagne

WIESENHOF Bruzzler: Absatz und Medieninvestitionen, Temperatur



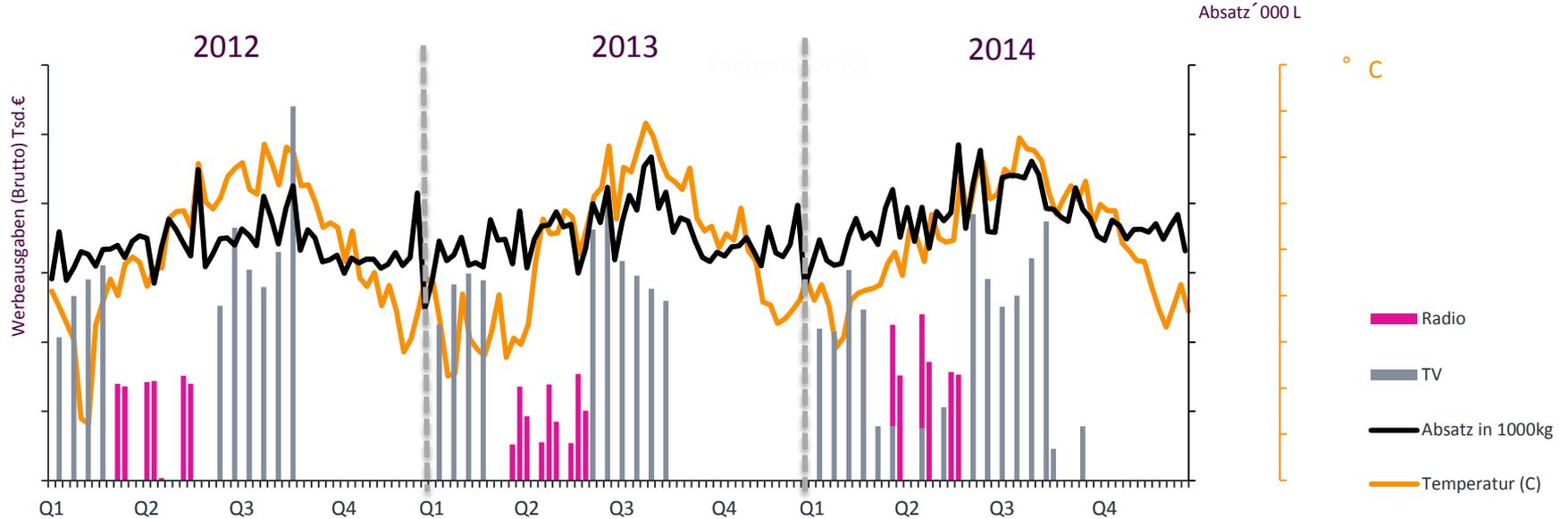
WIESENHOF Bruzzler 2013 Kurzfristiger ROI (Index)



Visual Transfer am Beispiel DEIT

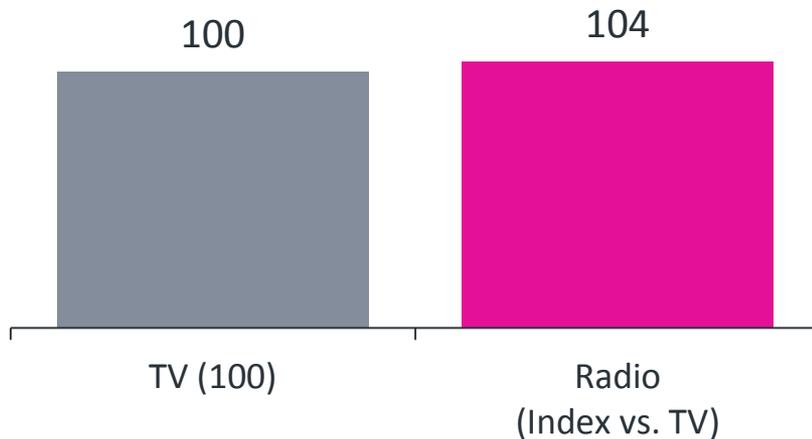
Visual Transfer

DEIT: Absatz und Medieninvestitionen, Temperatur



Effizienter Media Mix durch Visual Transfer

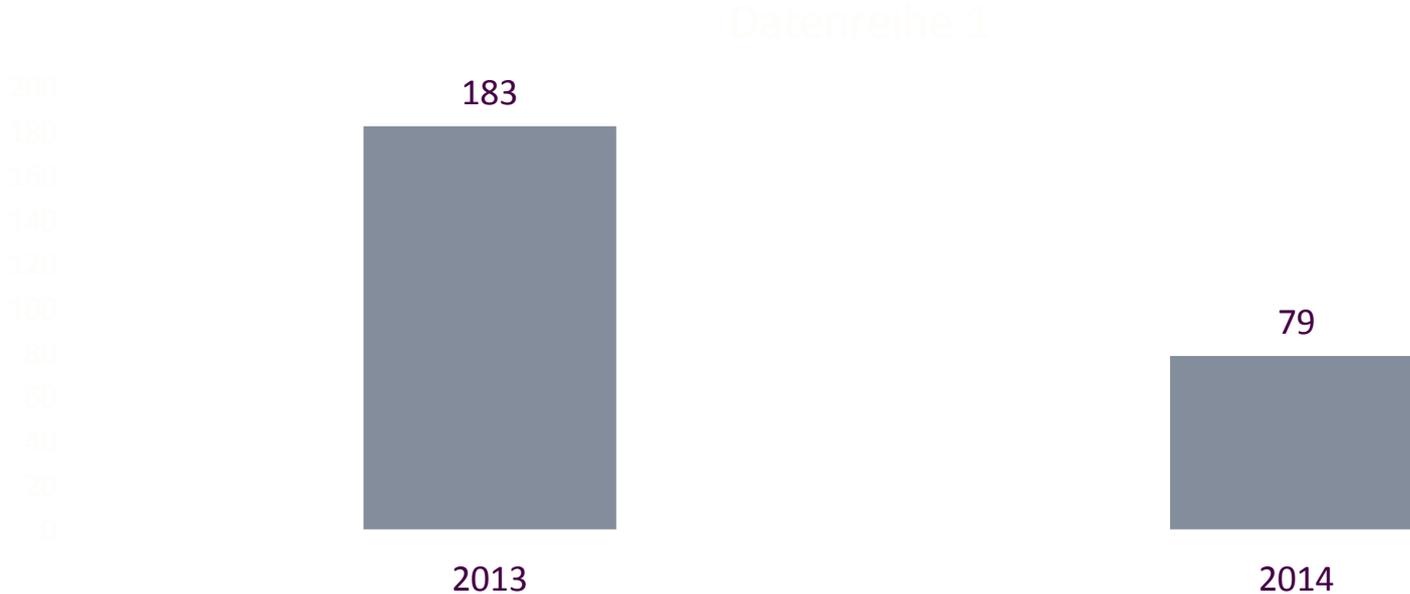
DEIT: 2012-2014 Kurzfristiger ROI (Index)



Produkteinführung am Beispiel SENSEO CAPSULES

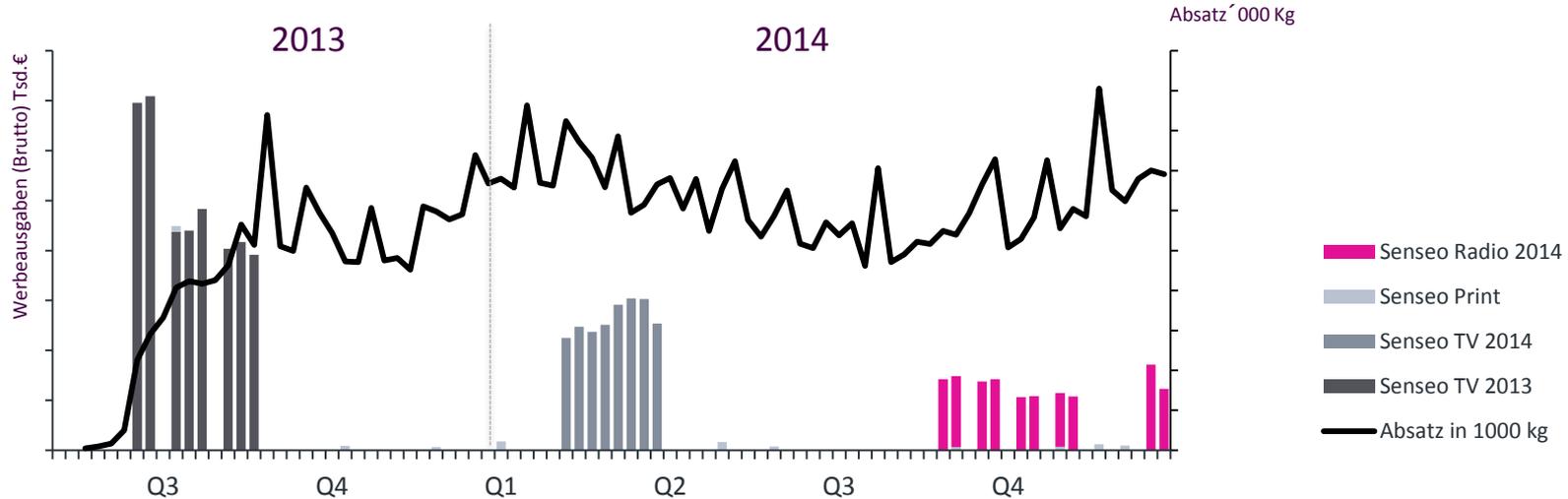
Investition in Markenaufbau

SENSEO CAPSULES Index Media Bruttoausgaben vs. Einzelhandelsumsatz*



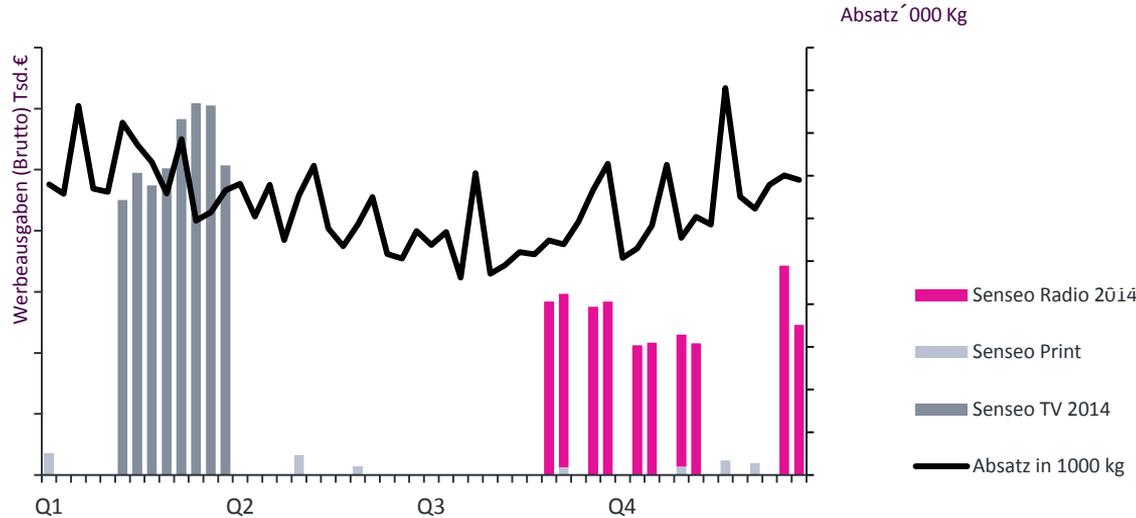
TV in 2013, in 2014 um Radio ergänzt

SENSEO CAPSULES: Absatz und Werbeinvestitionen im Analysezeitraum

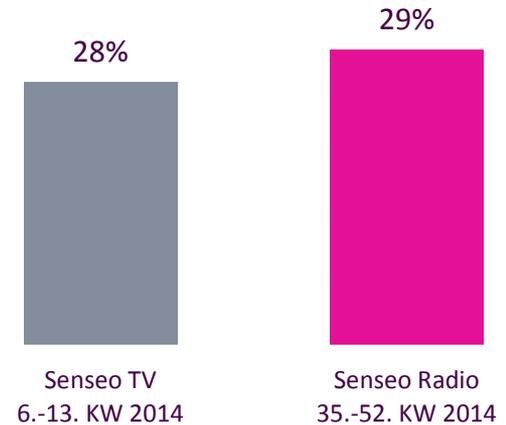


Starke Absatzhebel bei Produktneueinführung

SENSEO CAPSULES: Absatz und Werbeinvestitionen 2014



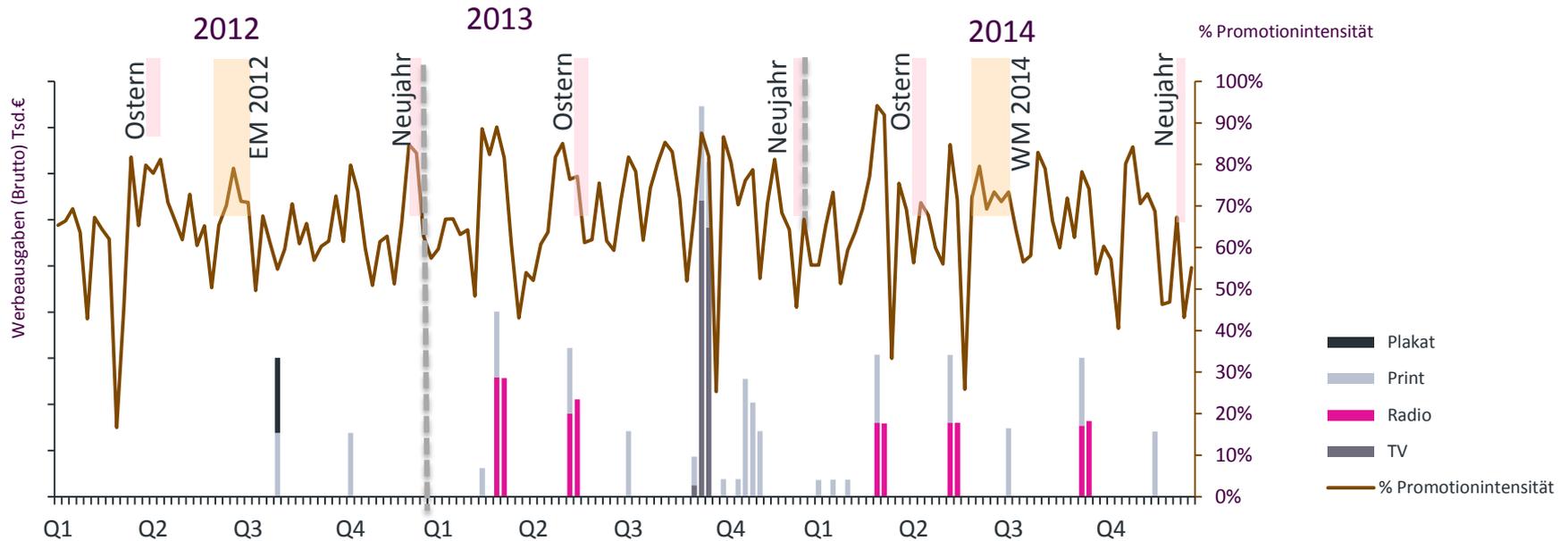
Ø Uplift in On Air Wochen per
1 Mio € Brutto Ausgaben



Unterstützung von Handelspromotions am Beispiel Gala von Eduscho

Handelspromotionunterstützung durch Media

Gala von Eduscho: Promotionintensität und Werbeinvestitionen

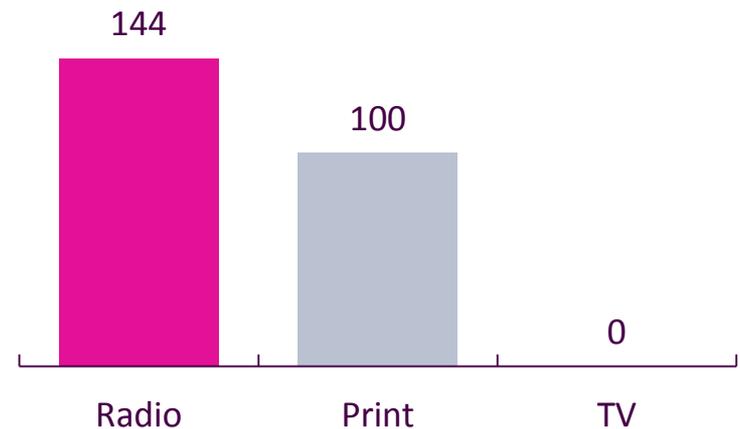
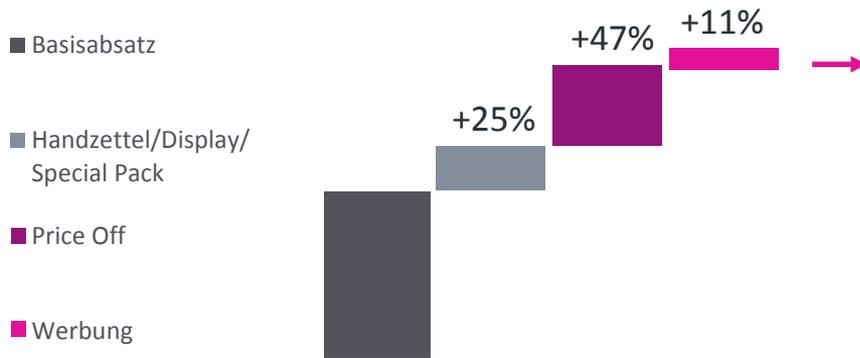


Verstärkung von Handelspromotions durch Werbung

Gala von Eduscho: Uplift vs. Basisabsatz

Anteil Zusatzumsatz vs. On Air Wochen
Index vs. Print

Zusatzabsatz je On-Air Woche



Zusammenfassung

ROI-Rakete Radio

- Effiziente Absatzsteigerung durch Wetter-Targeting
- Erfolgreiche Verlängerung der TV-Kampagne mit Visual Transfer durch Radiokampagne
- Starker Absatzhebel bei Produkteinführung
- Handelspromotions erfolgreicher durch Radiowerbung. Im stark promotiongetriebenen Kaffeegeschäft können Radiokampagnen zusätzliche Absätze generieren.

ROI-Rakete Radio

Die Audioeffekt-Studie zur Abverkaufswirkung von Radio im Mediamix