

smule

Mindmonitor

AGENDA

1 Methode

2 Markenbekanntheit

3 Markenimage

4 Werbeerinnerung

5 Bewertung und Aktivierung

6 Zusammenfassung

Methode

- Zeitpunkt: Befragung am Ende der Kampagne
- Erhebung: Online Befragung
- Stichprobe: Mediazielgruppe der Kampagne
- Fallzahl: Minimum = 500

Anforderungen

- Online: mind. 10 Mio. AI's in den 4-8 Wochen vor Erhebung
- Andere Medien: mind. 250 GRP in den 4-8 Wochen vor Erhebung

Erhebungsinhalte

Werbewirkung:

- Markenbekanntheit (gestützt, ungestützt)
- Werbeerinnerung (gestützt, ungestützt)
- Recognition
- Weitere, auch kundenindividuelle KPI's ...

Mediennutzung:

- Online via Cookie-Tracking
- Andere Medien über Fragebogen

Demografie

VERGLEICH VERSCHIEDENER GRUPPEN

ohne Kontakt

- Teilmenge der Gesamtstichprobe
- Befragte ohne TV-Kontakt
- vergleichbar mit einer Nullmessung vor Kampagnenstart

mit Kontakt

- Teilmenge der Gesamtstichprobe
- Befragte mit TV-Kontakt,
- bildet die Leistung des Werbemittels ab

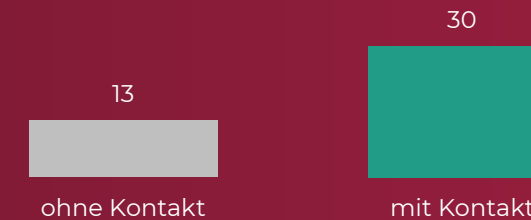
Gesamt

- Gesamtstichprobe
- Ergebnis über alle Befragten unabhängig von TV-Kontakt
- bildet Gesamtleistung der Kampagne ab

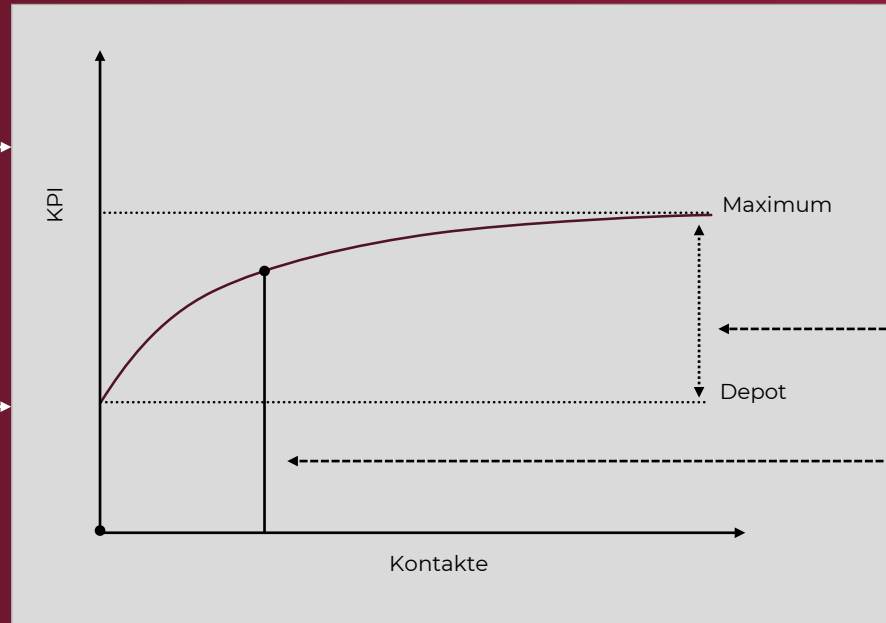
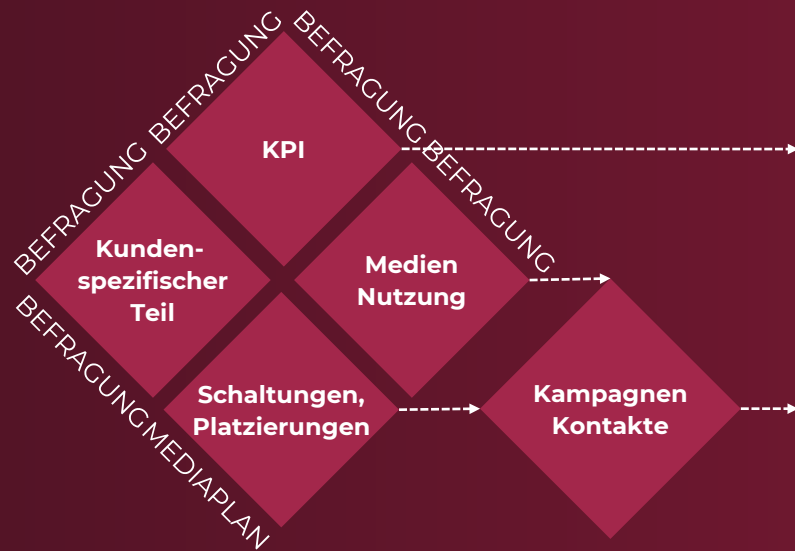
Gesamtleistung der Kampagne



Leistung des Werbemittels



DIE WIRKUNGSKURVEN



- Maximal möglicher Zuwachs des KPI
- Je höher, je besser
- Beschreibt das Potenzial einer Kampagne

Impact

Speed

- Geschwindigkeit, mit der ein KPI gelernt wird
- Anzahl notwendiger Kontakte zur Erreichung des Optimums
- Je schneller, je besser
- Hauptfaktor der Werbewirkung

STUDIENSTECKBRIEF

Befragungszeitraum	16.11.2020 – 25.11.2020
Kampagnenzeitraum	21.09.2020 – 15.11.2020
Methode	Online Interviews
Medium	TV
Zielgruppe	Erwachsene 18-35 Jahre
Fallzahl	n = 1.521
GRP	197

AGENDA

1 Methode

2 Markenbekanntheit

3 Markenimage

4 Werbeerinnerung

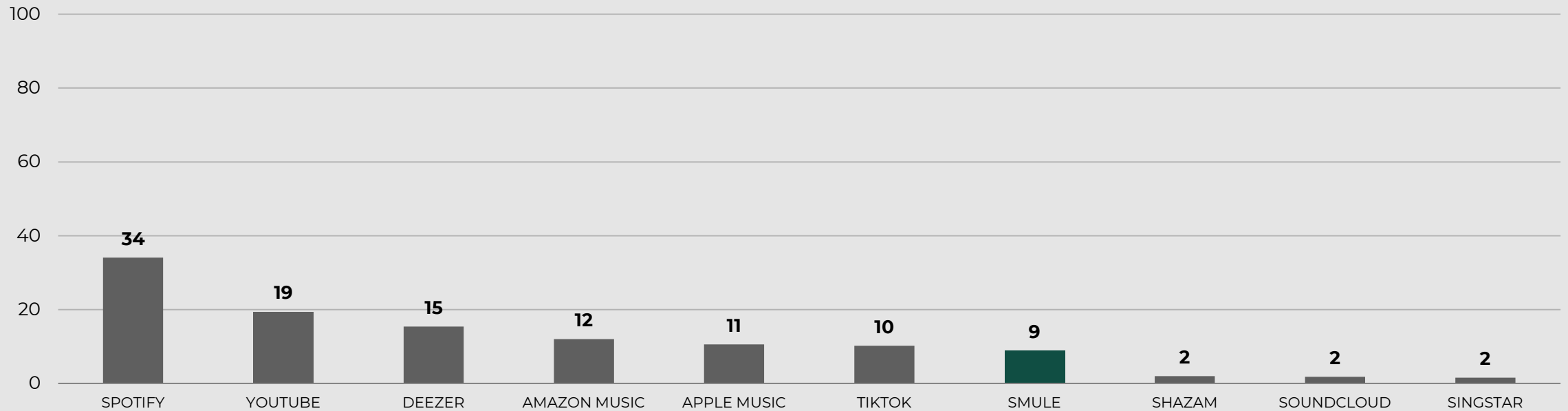
5 Bewertung und Aktivierung

6 Zusammenfassung

UNTER DEN KARAOKE-APPS WIRD SMULE UNGESTÜTZT AM MEISTEN GENANNT

UNGESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT

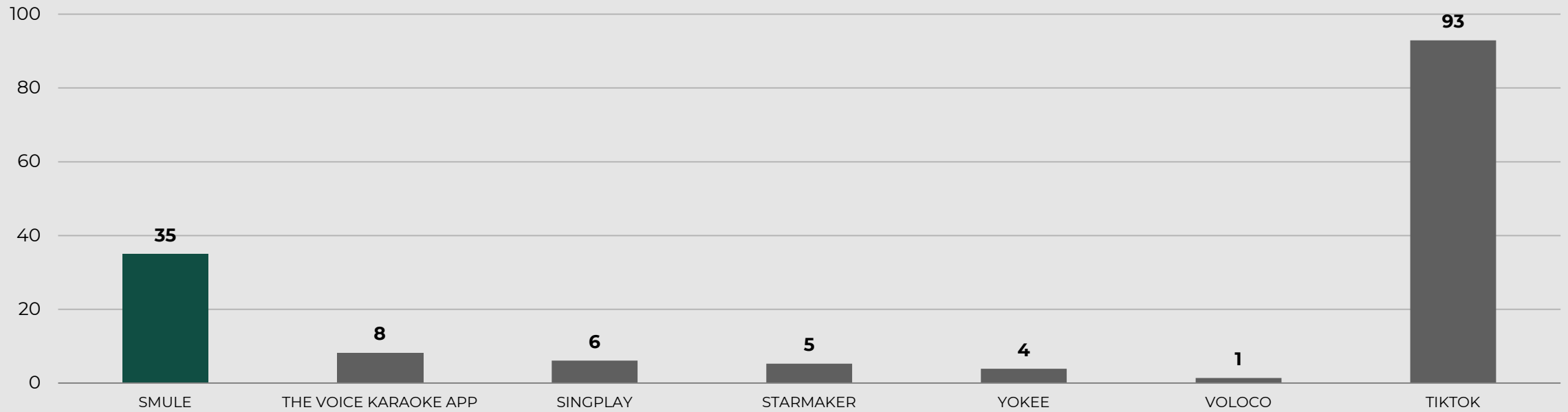
Angaben in %



SMULE IST DIE BEKANNTESTE KARAOKE-APP

GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT

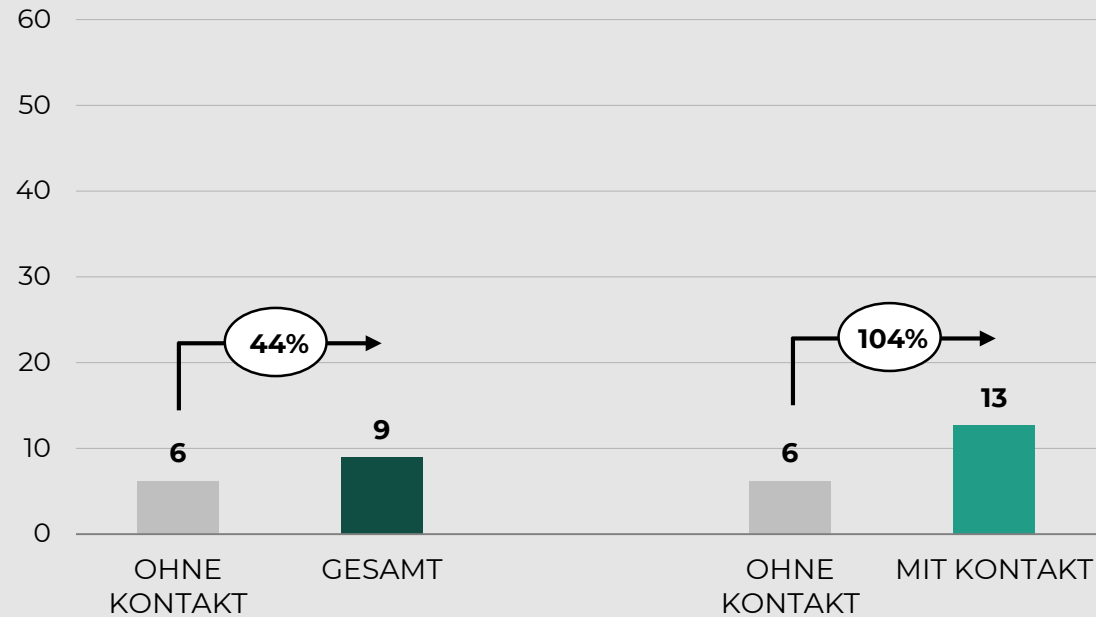
Angaben in %



TV-KONTAKTE STEIGERN UNGESTÜTZTE UND GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT

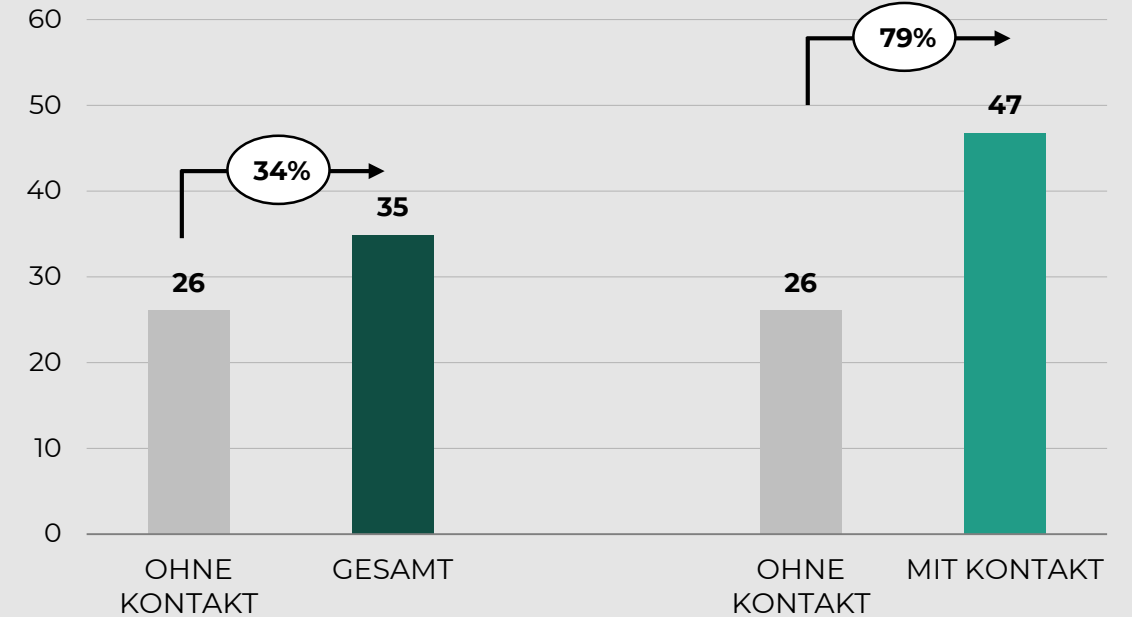
UNGESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT

Angaben in %



GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT

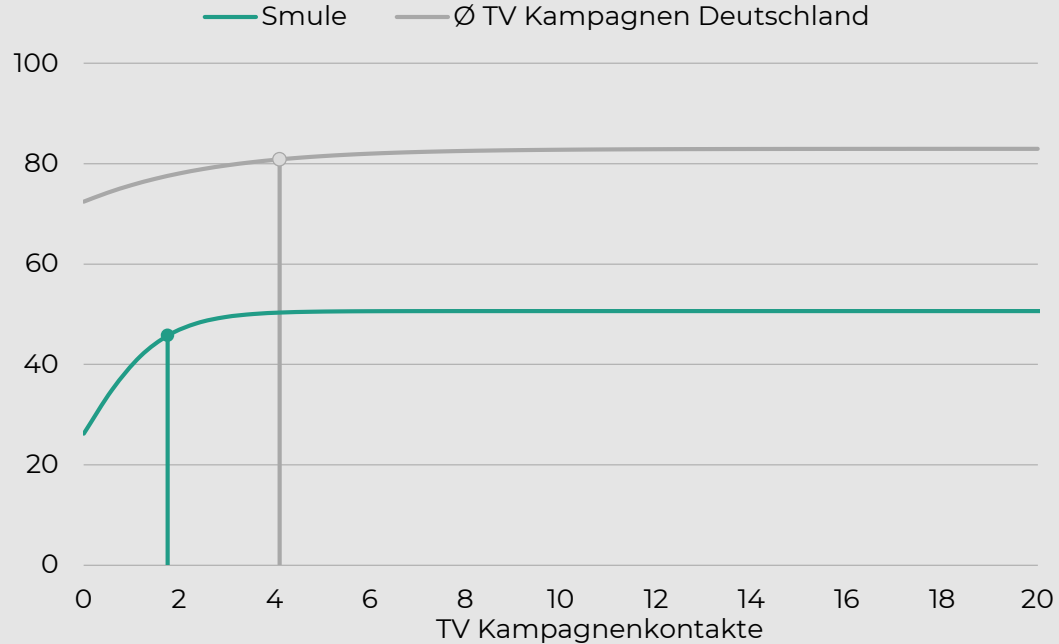
Angaben in %



MARKENBEKANNTHEIT VON SMULE ENTWICKELT SICH SCHNELL UND MIT GUTEM ZUWACHS

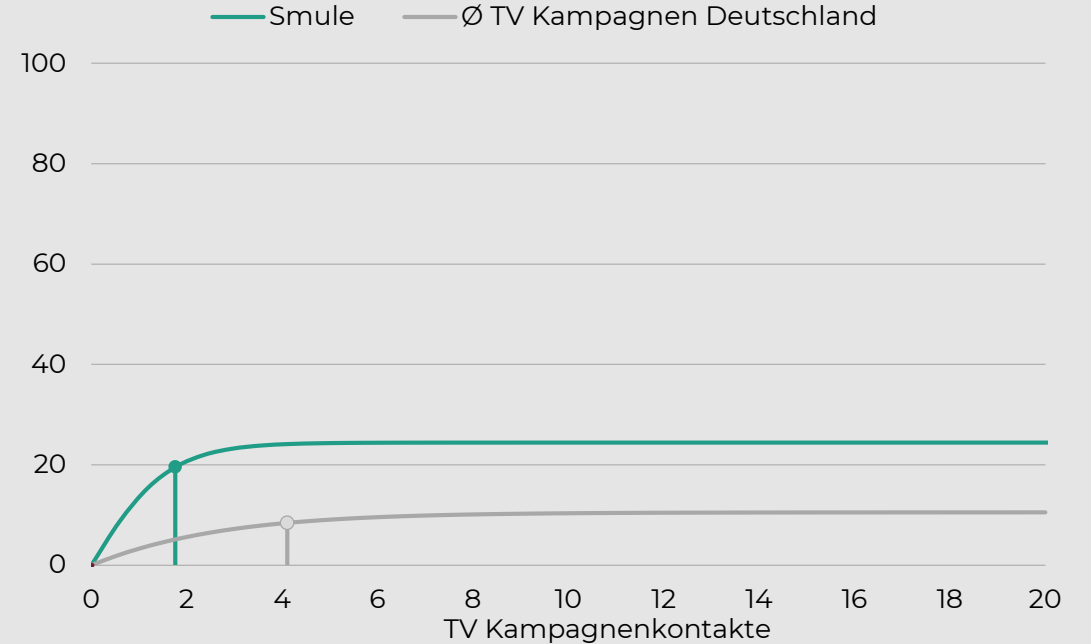
GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT

Angaben in %



GESTÜTZTE MARKENBEKANNTHEIT: ZUWACHSKURVEN

Angaben in %



AGENDA

1 Methode

2 Markenbekanntheit

3 Markenimage

4 Werbeerinnerung

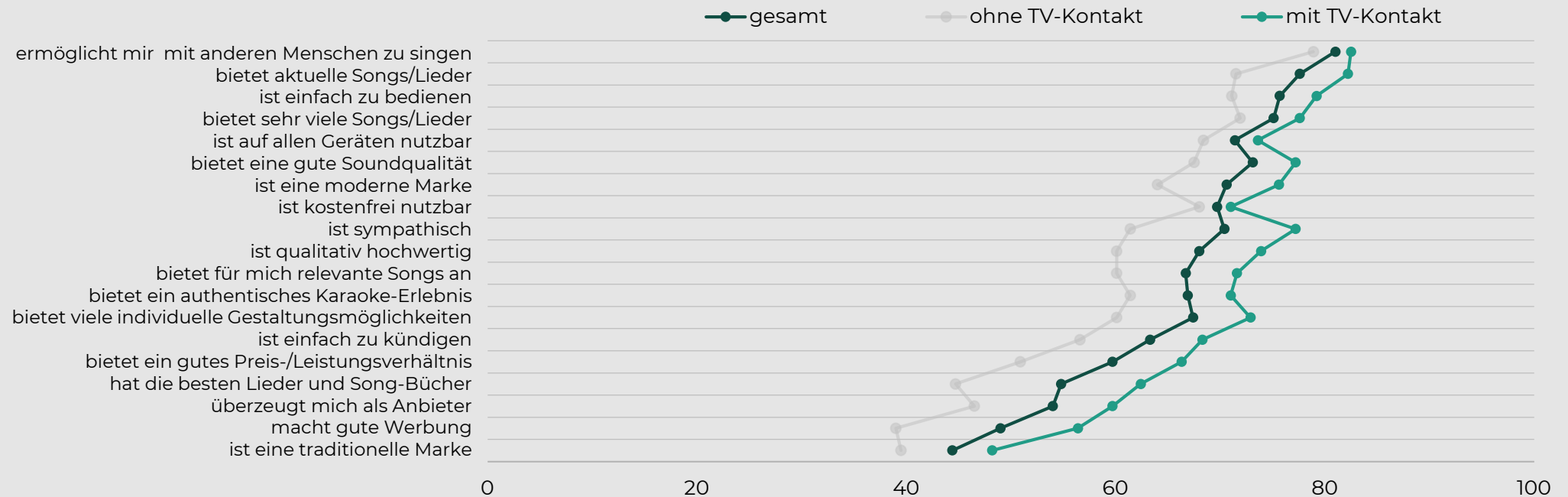
5 Bewertung und Aktivierung

6 Zusammenfassung

MARKENIMAGE PROFITIERT VON TV-KONTAKTEN

MARKENIMAGE

Angaben in % (Top2)



AGENDA

1 Methode

2 Markenbekanntheit

3 Markenimage

4 Werbeerinnerung

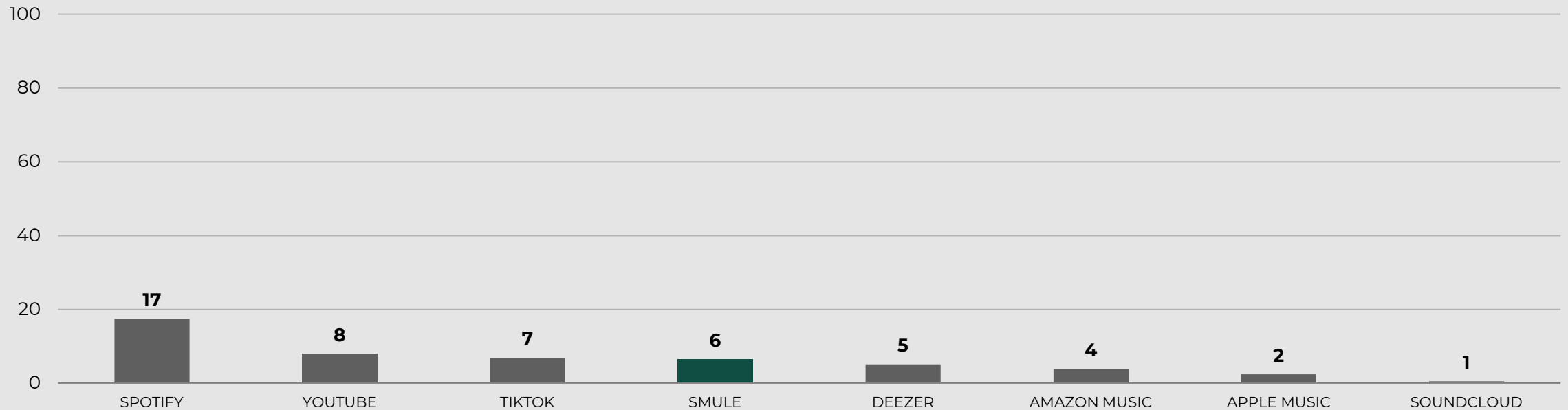
5 Bewertung und Aktivierung

6 Zusammenfassung

AKTUELLE TV KAMPAGNE FÜHRT ZU EINER SICHTBAREN SPONTANEN WERBEERINNERUNG

UNGESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

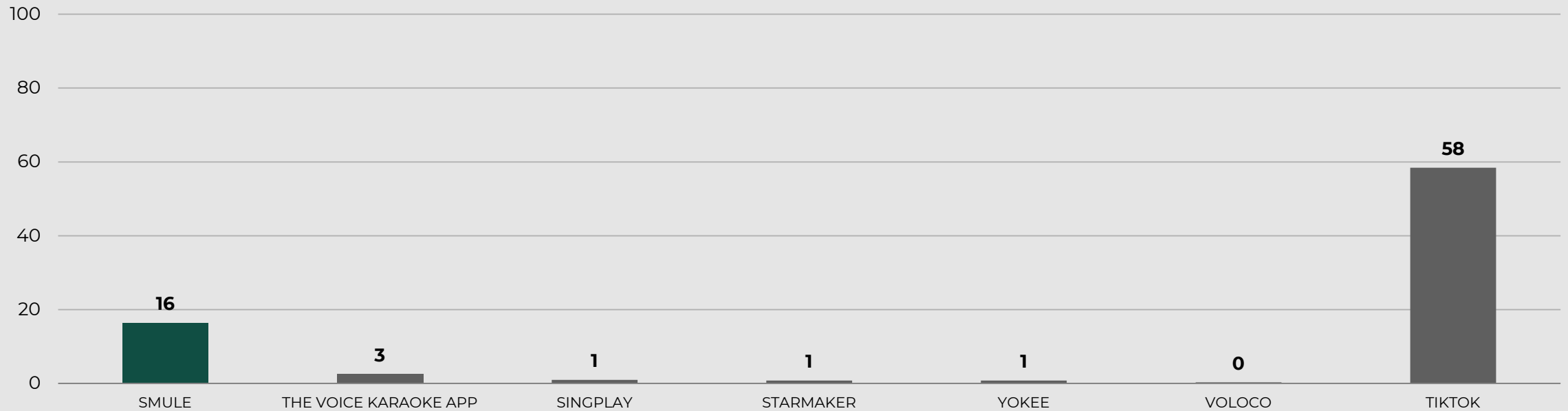
Angaben in %



SMULE MIT DER HÖCHSTEN WERBEERINNERUNG UNTER DEN KARAOKE-APPS

GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

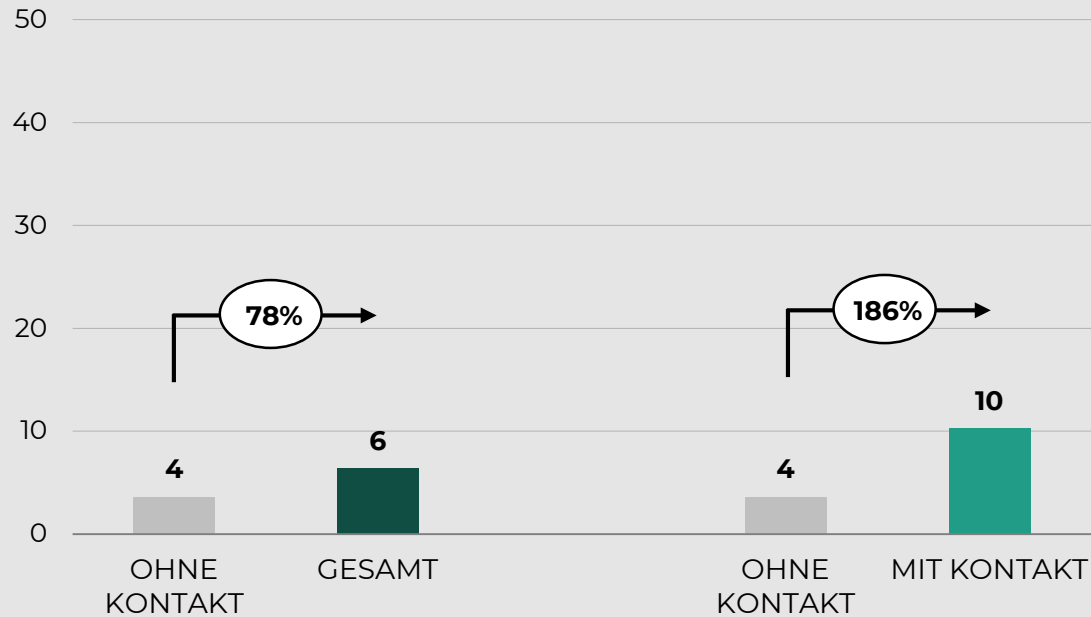
Angaben in %



TV-KONTAKTE ERHÖHEN DIE WERBEERINNERUNG DEUTLICH

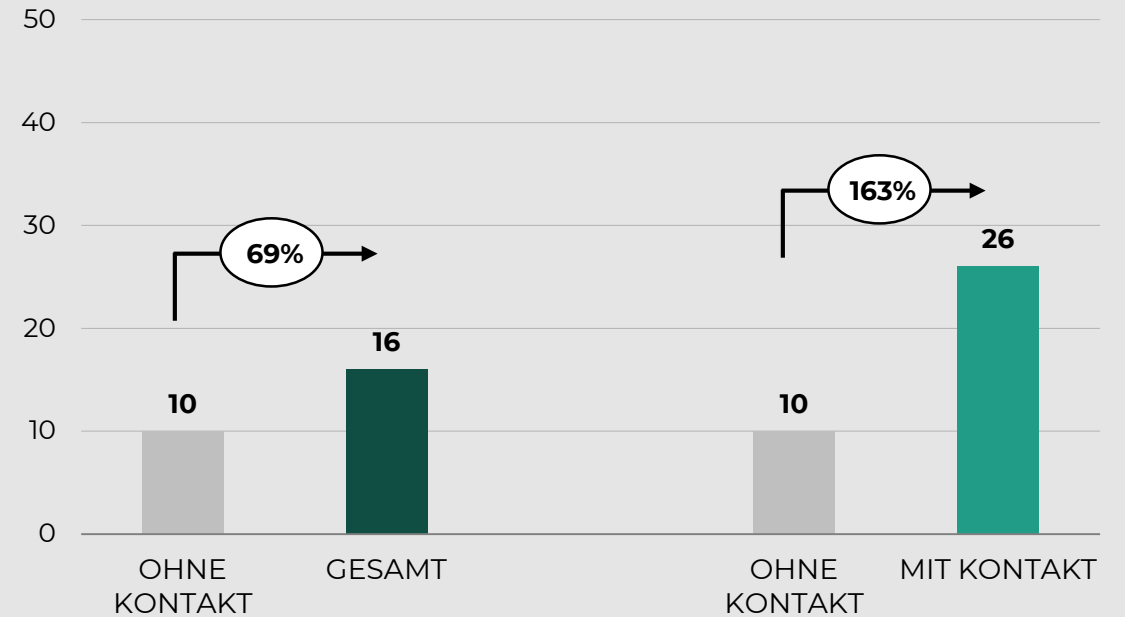
UNGESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

Angaben in %



GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

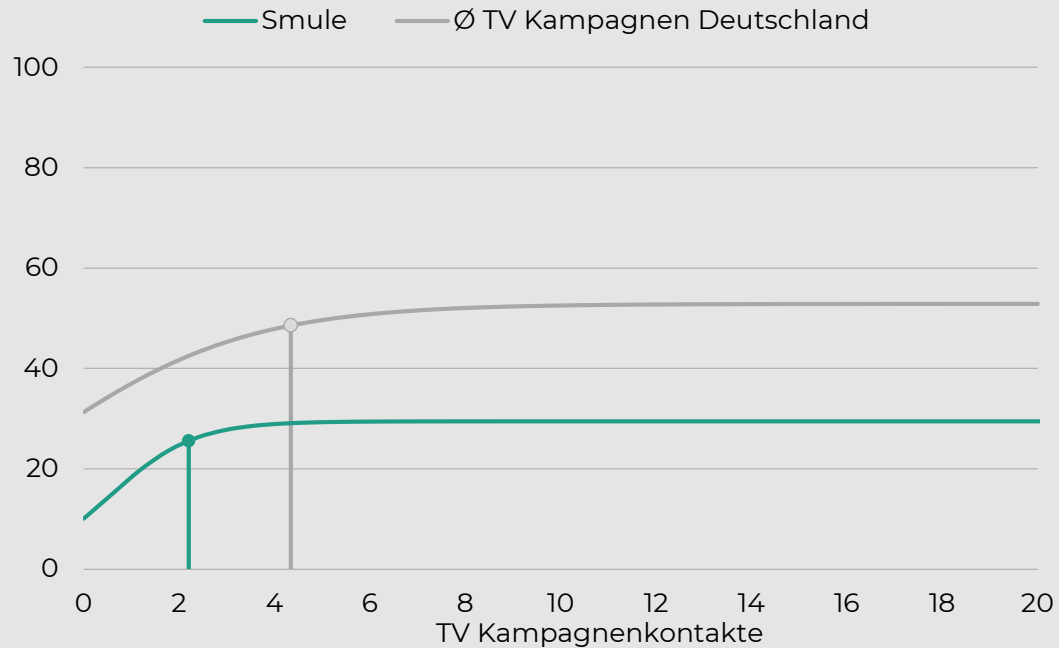
Angaben in %



WIRKUNGS-AUFBAU VERLÄUFT EFFIZIENT UND PERFORMT BESSER ALS IM BENCHMARK-VERGLEICH

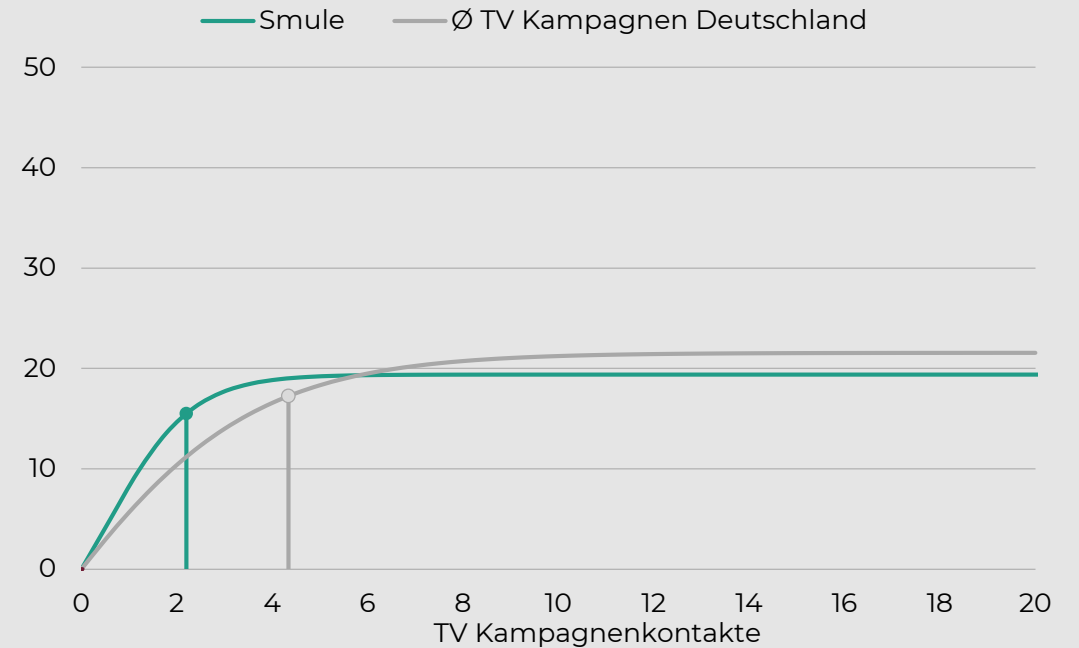
GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG

Angaben in %



GESTÜTZTE WERBEERINNERUNG : ZUWACHSKURVEN

Angaben in %



AGENDA

1 Methode

2 Markenbekanntheit

3 Markenimage

4 Werbeerinnerung

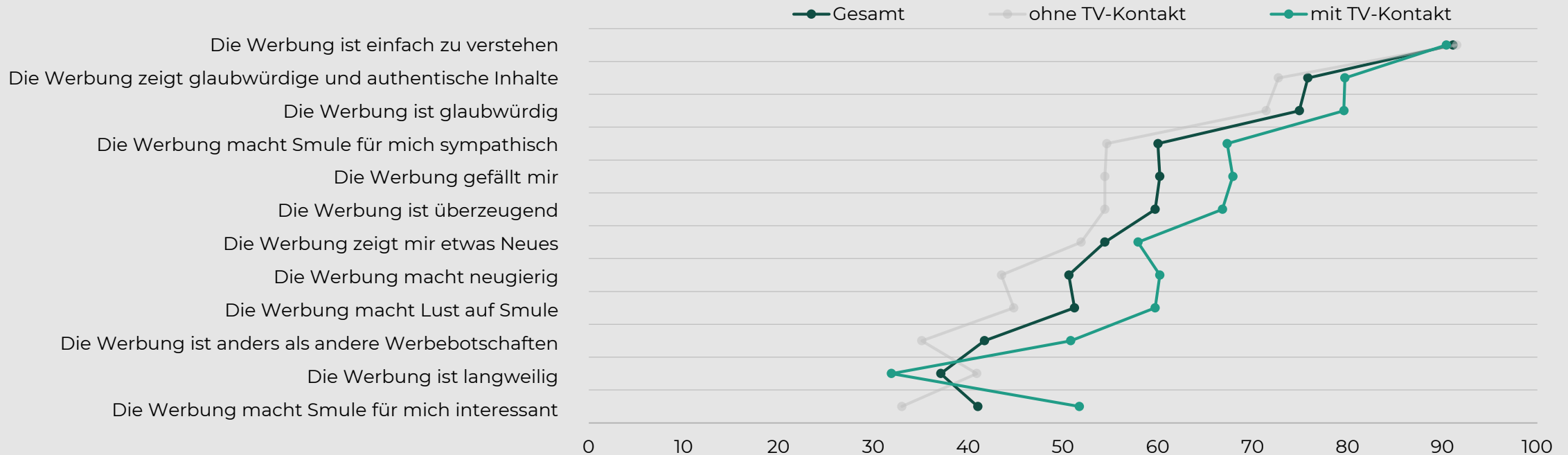
5 Bewertung und Aktivierung

6 Zusammenfassung

VORHERIGER KONTAKT MIT DER KAMPAGNE BEEINFLUSST BEWERTUNG POSITIV

BEWERTUNG DES TV-SPOTS

Angaben in % (Top2)



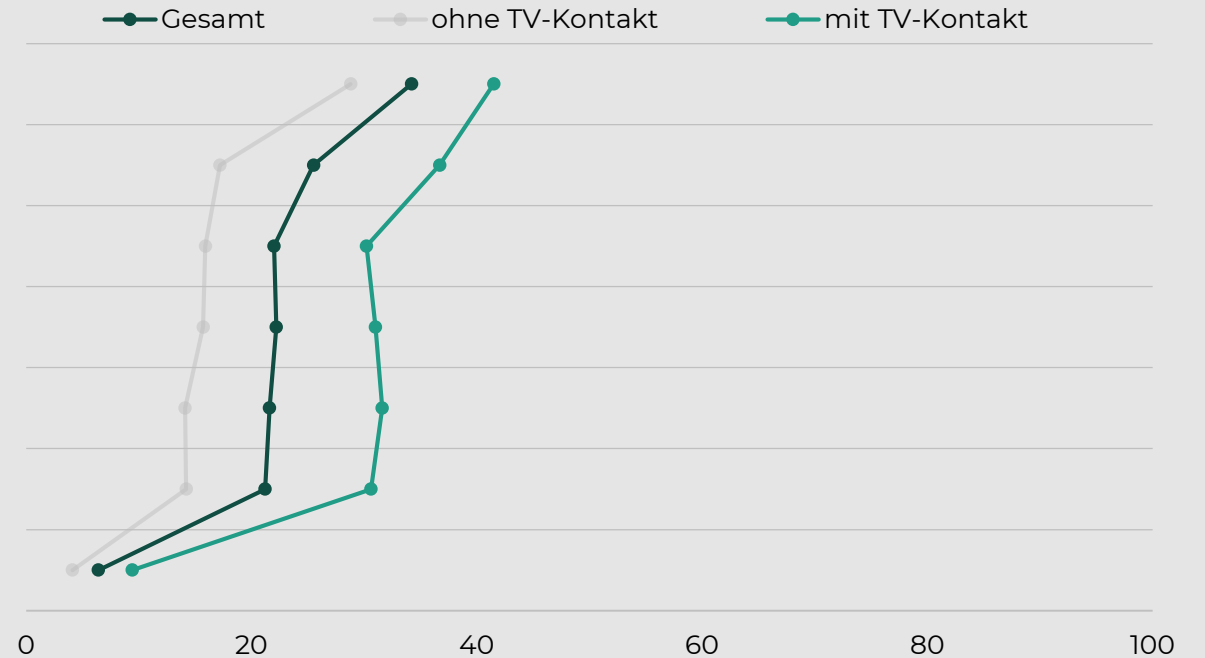
AKTIVIERUNG DURCH VORHERIGE TV-KONTAKTE VERSTÄRKT

AKTIVIERUNG DURCH DEN TV-SPOT

Angaben in %

Durch die Werbung ...

- ...hat sich meine Meinung über Smule verbessert
- ...werde ich mich weiter über Smule informieren
- ...werde ich Smule anderen weiterempfehlen
- ...werde ich die Seite von Smule im Internet besuchen
- ...denke ich darüber nach, die App auf meinem Handy zu installieren
- ...werde ich die App auf meinem Handy installieren
- ...hat sich meine Meinung über Smule verbessert



AGENDA

1 Methode

2 Markenbekanntheit

3 Markenimage

4 Werbeerinnerung

5 Bewertung und Aktivierung

6 Zusammenfassung

ZUSAMMENFASSUNG

- Unter den Karaoke-App ist Smule am bekanntesten
- Der TV-Kontakt verbessert die Markenwahrnehmung von Smule
- Die Smule-Kampagne wird schnell gelernt
- TV zeigt eine starke Hebelwirkung bei der gestützten Werbeerinnerung
- Die Ausschöpfung des GRP-Levels zeigt ein effektives Lernen der Werbemittel innerhalb der Zielgruppe

Advertising & Media Research

FRANZISKA ROCHAU

Medienallee 4

85774 Unterföhring

+49 (0) 89/9507-43 52

Franziska.rochau@seven.one

