

# EKSTRABLADE.TDK

NETEFFEKT: MÅL EFFEKTEN AF ONLINE-KAMPAGNER



## EKSTRA BLADETS NETEFFEKT

Der bliver ofte talt om et øget krav til effekt-dokumentation af markedsføringsaktiviteter - det gælder også dokumentation af online-kampagners performance

Spørgsmålet er:

”Hvordan realiseres det fulde potentiale af en online kampagne?”

# NETEFFEKT: MÅL EFFEKTEN PÅ DINE NETKAMPAGNER

Som de første i Danmark tilbyder vi effektdokumentation af onlineannoncer.



Med Ekstra Bladets Neteffekt får du dybdegående viden om effekten af dine online annoncer. Vi spørger vores respondenter på en lang række effektmål:

- Erindring
- Købssfære
- Opmærksomhedsværdier
- Interesseværdi
- AdLiking
- Brandingværdier
- Adfærdsintentioner

***Med den viden kan vi hjælpe dig til at opnå de allerbedste resultater***

*Forudsætter en kampagnestørrelse på ca. 2.000.000 eksponeringer afviklet over 2-3 uger*

## EKSTRA BLADETS NETEFFEKT

Vi er nu klar med vores eget værktøj til dokumentation af online kampagners performance.

Med neteffekt får du:

- Indgående viden i kampagnens samlede performance
- Værktøj til optimering af online kampagner
- Dokumentation, som annoncøren forstår
- Mulighed for annoncørspecifikke spørgsmål

# METODEN

Ekstra Bladet samarbejder med TNS Gallup



- NetEffekts analyse-setup bygger på **nettets præmisser**, så du får de mest valide og brugbare resultater
- Brugerne **rekrutteres direkte på ekstrabladet.dk** - vi ved, om de har set annoncen og hvor mange gange, de har set den
- Vi spørger altså brugerne i det miljø, hvor de møder kampagnen
- **Robust datagrundlag:**
  - 1.500 respondenter bruttosample

## EFFEKTTEST TILPASSET HVER KUNDE

- Mulighed for at definere et målgruppe-spørgsmål til hver kampagne
- Vi kan teste alle typer af kampagner:
  - Ejerskaber
  - ROS
  - PBT
  - TV
- Mulighed for tilkøb af annoncer-specifikke spørgsmål (tre stk.)
- Efter endt test præsenteres resultaterne ved et møde mellem jer og os