



## Une campagne gagnant pour la meilleure voiture...

...jamais construite par OPEL !  
+27% d'intentions d'achat de l'OPEL INSIGNIA grâce au Branding Optimiser de nugg.ad sur mobile.de

Lorsqu'on lance une campagne en ligne pour »l'automobile de l'année« , chaque détail compte.

Pour mettre en œuvre cette campagne exclusive d'OPEL, des partenaires solides s'avéraient indispensables.

mobile.de, avec son excellent portefeuille, s'est imposé comme le partenaire idéal. Pour un message parfaitement adapté, le Branding Optimiser de nugg.ad a été utilisé afin de cibler exactement les groupes susceptibles de faire l'acquisition d'une OPEL INSIGNIA.

### LA CAMPAGNE

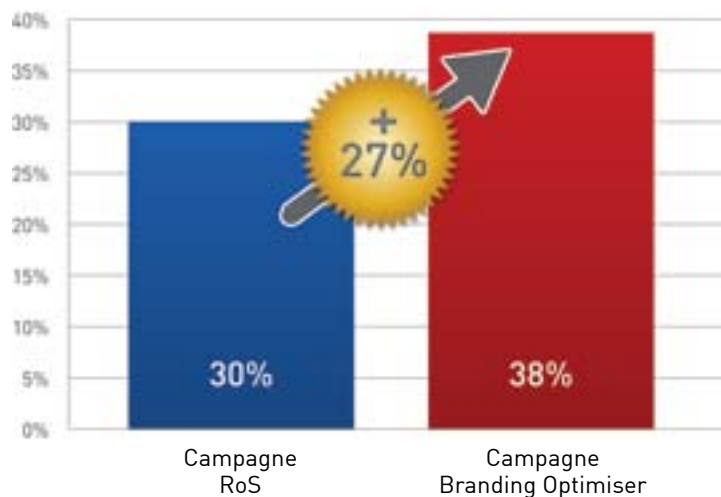
Dans une phase d'apprentissage de 9 jours, les publicités (banderole et Tandem Ad) du groupe eBay Advertising ont été diffusées sur mobile.de sans ciblage particulier dans un premier temps. Par ailleurs, un questionnaire spécialement conçu pour cette campagne et portant à la fois sur la notoriété, la sympathie pour la marque et l'intention d'achat, a été soumis à un petit nombre d'utilisateurs, en rotation générale.

De cette manière et grâce à son outil unique Branding Optimiser, nugg.ad a pu rapidement identifier et définir le meilleur groupe cible pour l'OPEL INSIGNIA, ce qui, pendant environ 7 semaines, a permis d'afficher ces messages publicitaires précisément aux utilisateurs ayant une affinité d'achat pour l'OPEL INSIGNIA.



### Intentions d'achat de l'OPEL INSIGNIA

(Utilisateurs avec au moins 2 contacts)



Résultat :  
Une augmentation de +27% des intentions d'achat dans la fréquence d'exposition optimale !



La particularité : nugg.ad était en position de mesurer en permanence la réalisation de l'objectif (augmentation de l'intention d'achat), pouvant ainsi valablement déterminer l'efficacité du branding et, en conséquence, le succès de la campagne OPEL INSIGNIA.

Par le biais d'une comparaison en temps réel entre la diffusion au hasard et la fréquence de contacts au sein du groupe cible, l'efficacité de la solution de ciblage de nugg.ad combinée au portefeuille de grande qualité de mobile.de a pu être vérifiée statistiquement.

### BILAN

La commande d'OPEL était explicite : une campagne opportune et ciblée de 2 millions d'Ad Impressions à l'intention des acheteurs potentiels de l'OPEL INSIGNIA grâce au campagne Branding Optimiser.

Au cours de cette campagne de huit semaines, cette commande a été pleinement honorée grâce à la mise en place du Ciblage comportemental prédictif de nugg.ad sur le portefeuille premium de mobile.de avec une augmentation de +27% des intentions d'achat.

	Groupe témoin	Ciblage avec Branding Optimiser
Intentions d'achat	X	+27%
Fréquence d'exposition optimalee	-	2 contacts au moins
Objectif de campagne	Augmentation des intentions d'achat de l'OPEL INSIGNIA	
Outil	Branding Optimiser sur l'intention d'achat	
Durée	8 semaines	
Formats publicitaires	Banderole et Tandem Ad	



Contact: +33 (0)1 46 21 87 37 | france@nugg.ad

Retrouvez d'autres études de cas sur [www.nugg.ad](http://www.nugg.ad)