

Als First Mover setzen Unilever und Mindshare die Kampagne “Knorr Snacking” mit YOC und dem neuen Werbeprodukt, dem YOC Live Poll Ad, um.

Der Aufbau der Kampagne setzt durch die „Live-Abstimmung“ innerhalb des Werbemittels vor allem auf Interaktivität und die persönliche Ansprache des Users. Durch dieses Feature und mit Hilfe der kreativen Umsetzungsmöglichkeiten des YOC Live Poll Ads, erreichte die Kampagne ein überdurchschnittliches User-Engagement. „Wir freuen uns, mit Unilever Knorr eine spannende First Mover Kampagne für unser neues YOC Live Poll Ad umsetzen zu können. Der spielerische Zugang ermöglicht nicht nur eine hohe Interaktionsrate, sondern auch die direkte Kommunikation mit der Zielgruppe“ erklärt Matthias Ragyoczy, Head of Sales YOC CEE GmbH.

Das YOC Live Poll Ad bietet die Möglichkeit den User direkt einzubinden und personalisiert die Werbebotschaft passend zum Interesse. In der Unilever Kampagne bedeutete das, die User aufgrund ihrer Knorr Snacking Präferenz zur Teilnahme an der Live Abstimmung zu animieren. Das Fullscreen Ad bestand aus zwei Teilen; zunächst dem Voting-Banner, bei dem der User den persönlichen Favoriten der Produktreihe auswählen konnte. Nachdem der User abgestimmt hatte, wurden die Voting Ergebnisse live und in Real-Time dargestellt. Anschließend wurde eines der vier Sujets, passend zur Wahl des Users angezeigt. Um die Reichweite zu maximieren und die Zielgruppen bestmöglich anzusprechen, wurde das Werbemittel sowohl im Understitial Format als auch als Overlay Format ausgespielt.

„Die Stärkung der Relevanz unserer Botschaft in der Zielgruppe ist die Mindestvoraussetzung für eine gelungene Awareness Kampagne. In diesem Fall ist es uns gelungen, nicht nur die richtige Botschaft zum richtigen Zeitpunkt zu platzieren, sondern auch mittels des Live Poll Ads das Engagement zu steigern, dies mit einer interaktiven Ansprache direkt im passenden Umfeld für die Zielgruppe. Dank des YOC Live Poll Ads erfolgt dies auf spielerische Art und Weise“ Laurence Besnard-Royes von Unilever Media DACH über die Kampagnenoperationalisierung.

„Durch ‚Story Doing‘ statt ‚Story Telling‘ holen wir die Menschen hinein in die Geschichte. Das führt zu einem höheren Brand Engagement“, sagt Niklas Wiesauer, Managing Director Innovation & Strategy, Mindshare. „Wir begrüßen den weiteren Schritt hin zu mehr Marken-Erlebnis und damit Relevanz.“

Klicken Sie bitte [hier](#), um die Pressemitteilung im PDF Format herunterzuladen.

Klicken Sie bitte [hier](#), um Bildmaterial herunterzuladen.

Über YOC

YOC ist ein Mobile-first Ad Technology Unternehmen, das sich zum Ziel gesetzt hat, ein optimales digitales Werbeerlebnis für Werbetreibende, Publisher und Nutzer zu schaffen. Mit VIS.X[®], der programmatischen Handelsplattform der nächsten Generation, kombiniert YOC einen effizienten Mediahandel mit wirkungsvollen Werbeformaten. Kunden erhalten die Möglichkeit, die Bekanntheit ihrer Marke durch hochwertiges Werbeinventar zu steigern. Renommierte Premium-Publisher sind an die Plattform angebunden und bieten eine globale Reichweite an. Mit einem proprietären Technologie-Stack und einer langjährigen Erfahrung ist YOC bekannt für exzellenten, qualitativ hochwertigen Service und schnelle Ausführung. Das Unternehmen wurde 2001 von Dirk Kraus gegründet und ist seit 2009 im Prime Standard der Deutschen Börse gelistet. YOC betreibt Niederlassungen in Berlin, Düsseldorf, London, Madrid, Wien, Warschau und Amsterdam. Weitere Informationen finden Sie unter yoc.com.

Kontakt

YOC CEE GmbH

Matthias Ragyoczy

Head of Sales

+43 1 522 5006 113

matthias.ragyoczy@yoc.com