

Campaign Analysis

De sterkte van een merk maximaliseren door middel van een onafhankelijk online onderzoek naar het succes van de campagne

Campaign Analysis is een onafhankelijk onderzoek naar de resultaten van online campagnes en is ontwikkeld door Nielsen Online. Deze tool maakt het mogelijk om zonder problemen te rapporteren over de effectiviteit van online adverteren. Het levert inzicht in de effectiviteit aan alle partijen die betrokken zijn bij het produceren en publiceren van online campagnes.

Wat zijn de voordelen van Campaign Analysis?

De flexibele en transparante rapporten in Campaign Analysis gecombineerd met de wijze van informatieverzameling van Nielsen Online helpt adverteerders, uitgevers en reclamebureaus bij het:

- meten van de belangrijkste gegevens over de performance van een campagne
- monitoren van advertentie investeringen waarbij de prestaties vergeleken kunnen worden met meerdere campagnes, plaatsingen of uitvoeringen
- optimaliseren van de performance van de uiting en de campagne door te bepalen welke tactiek tot resultaten leidt
- beoordelen van geografische en technische variaties en wat de invloeden hiervan zijn op de performance van de campagne
- vaststellen van de belangrijkste indicatoren om het online marketing budget zo efficiënt mogelijk in te zetten

Wat meet Campaign Analysis?

Campaign Analysis maakt het mogelijk om te rapporteren over campagnes en websites op campagne-, uiting-, uitvoerings-, mediumtype-, resultaten- en plaatsingsniveau ongeacht de voornaamste rapportage-eisen.

Hierdoor is een verscheidenheid aan rapporten mogelijk, zoals:

- rapportages op campagneniveau inclusief de resultaten van bijbehorende uiting, plaatsing of mediumtype
- rapportages op uitingniveau en de resultaten per plaatsing ongeacht de campagne of de uitvoering daarvan
- rapporten over één enkele plaatsing met toegang tot alle bijbehorende uitingen, campagnes en uitvoeringen
- de resultaten bekijken om vast te stellen welke campagne, mediumtype of uitvoering het meest effectief is geweest



Het is mogelijk om de resultaten te filteren om inzicht te krijgen in post click en post impression activiteiten. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen consumenten die meteen reageren en vertraagde reacties.

De mogelijkheid om verschillende online advertentietypen vast te leggen, zoals adwords, banners, flash, video en e-mail campagnes en om die toe te voegen maakt Campaign Analysis compleet. Dit is de eenvoudigste manier om inzicht te krijgen in de resultaten van campagnes.

Campaign Analysis behoort tot de Census Suite van Nielsen Online.

Combineer Campaign Analysis met SiteCensus en Market Intelligence om de positie van uw merk te maximaliseren. Hiermee krijgt u een volledig overzicht van de resultaten van uw website, de bijbehorende effectiviteit van campagnes en uw marktpositionering.

Campaign Analysis

De sterkte van een merk maximaliseren door middel van een onafhankelijk online onderzoek naar het succes van de campagne

Hoe gebruiken adverteerders de informatie van Campaign Analysis?

Adverteerders gebruiken Campaign Analysis om de resultaten van campagnes te optimaliseren. De gedetailleerde rapporten maken het mogelijk om belangrijke performance indicatoren en campagne budgetten in de gaten te houden.

De real-time informatievoorziening maakt wijzigingen in de performance direct zichtbaar en gedetailleerde conversie analyses houden de resultaten in de gaten.

Door deze rapporten te combineren en de campagneactiviteiten en -bestedingen hierop aan te passen, kunnen adverteerders de resultaten van hun campagnes maximaliseren.

Reclamebureaus gebruiken Campaign Analysis om over alle campagnes te kunnen rapporteren zonder gebruik te hoeven maken van verschillende rapportbronnen. Bureaus kunnen hiermee op een simpele manier verslag uitbrengen naar klanten, providers en exploitanten.

De crossmediale campagnerapporten hebben een duidelijke meerwaarde voor de exploitanten. Zij zijn hiermee in staat om de effectiviteit van hun media te bepalen door de resultaten van campagnes te vergelijken. Op basis daarvan kunnen zij vervolgens hun tarieven bepalen.

Waar komt de informatie vandaan?

Voor Campaign Analysis wordt gebruik gemaakt van tags op de site van de klant om de informatieverzameling te optimaliseren. Dit resulteert in een flexibele applicatie die op de juiste manier kan worden ingezet en op maat gemaakt kan worden. Het sluit zo volledig aan op de dynamiek van online advertising.

Campaign Analysis - verandert het zicht op resultaten

Campaign Analysis heeft een aantal extra functionaliteiten waarmee de sterkte van een merk bepaald kan worden, waaronder:

Real Time: live inzicht in de invloed van externe gebeurtenissen op online campagnes

KPI: 'campaign goal tracking' bewaakt de doelstelling van de campagne

Geografisch: de efficiency van een campagne meten door het bereik te monitoren

Technisch: de effectiviteit van een campagne meten door consumentengedrag te monitoren

Financieel: houdt de campagne binnen het budget en meet de ROI

Neem voor meer informatie over Campaign Analysis of één van de andere producten van Nielsen contact met ons op via +31 (0)20 398 87 77 of sales-nl@nielsen.com.

Bezoekadres: Diemerhof 2, 1112 XL DIEMEN

Postadres: Postbus 22609, 1100 DC AMSTERDAM ZO

T +31(0)20 398 87 77 • F +31(0)20 398 85 53 • E information-nl@nielsen.com • W www.nl.nielsen.com

nielsen
● ● ● ● ● ● ● ● ● ●