

VAMED Vitality World empfiehlt:

Jury, relax!

Die 8 Thermen- und Gesundheitsresorts
der VAMED Vitality World erwarten Sie ...



INTERNET ADVERTISING BUREAU AUSTRIA PRESENTS BEST OF DIGITAL ADVERTISING IN

WEBAD 2013

12. SEPTEMBER

INTERNET ADVERTISING BUREAU AUSTRIA PRESENTS BEST OF DIGITAL ADVERTISING IN "WEBAD 2013" AM 12.09.13 AB 18:30 UHR
STÄNDIG: BESTE MEDIA IDEE • BESTE MEDIASTRATEGIE • BESTE WEBBEREICH • BESTE WEBBESTRATEGIE • BESTE SOCIAL MEDIAKAMPAGNE
MIT: LANA JANJANIN DRESSCODE: ABENDKLEIDUNG
DIE: BANNERS • CLICKTAG UND GETURL • IAB SHOW

EINREICHUNG BIS 18.08.2013
VERLÄNGERT!

Powered by
 Bank Austria

Contextual Targeting

Beste Media Idee

MEC INTERACTION

MEC

VAMED Vitality World: Österreich – Relax!

Contextual Targeting

Kommunikationsziel

- Imagekampagne für die Thermen der VAMED Vitality World
- Kommunikation des Gewinnspiels bei dem es ein Jahr lang gratis Eintritt in die Thermen der VAMED Vitality World zu gewinnen gab

Werbeidee und Umsetzung

- Ganz nach dem Motto: „Irgendwann sollte sich jeder mal selbst belohnen!“ wurde in den Werbemitteln dazu aufgefordert zu relaxen und eine der Thermen der VAMED Vitality World zu besuchen.
- Eine im Werbemittel integrierte Keywordfunktion hat es ermöglicht, den Text automatisch auf den jeweiligen Artikelinhalt anzupassen.
- Basis hierfür war eine vorab erstellte Keywordliste mit bekannten Persönlichkeiten, Ländern, etc.

ECKDATEN

Kunde:	VAMED VITALITY WORLD
Kampagne:	Österreich – Relax!
Zielgruppe:	Erwachsene 25-65 ABC1
Laufzeit:	04.03.13 – 24.03.13

MEC INTERACTION

Demo link:

<http://85.125.85.19/web/webad/derstandard.at/berlusconi.html/>



VAMED Vitality World: Österreich – Relax!

Contextual Targeting

USP

- Erhöhte User-aufmerksamkeit durch Bezugnahme auf Artikelinhalt
- Flexible Anpassung der Keywords auf den Content des Mediums durch das Medium Internet möglich



ERFOLG

- Doppelt so hohe Interaktionsraten der Werbemittel
- Deutlicher Anstieg der Besuche der Landingpage im Kampagnezeitraum

INSIGHT

- Bekannte Personen, etc. werden direkt aufgefordert zu relaxen → persönlicher Bezug auch auf User übertragen
- Persönlicher Bezug der User durch den Slogan „Relax ...“