

Cisco Webex

Kampagnenbegleitstudie 2020



Data and Audience
Intelligence

Köln, 14.09.2020
Anna Rynkowski



Agenda

- Allgemeine Angaben zur Studie
- Methode & Stichprobe
- Ergebnisse
 - Werbeerinnerung & Kreation
 - Markenbekanntheit & Image
 - Aktivierungsleistung
- Fazit

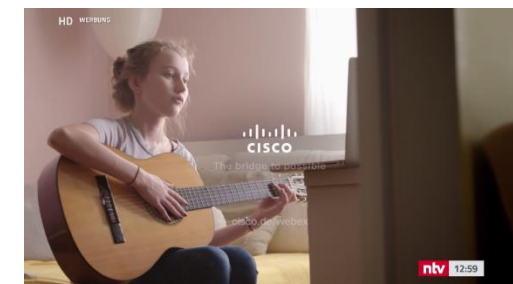
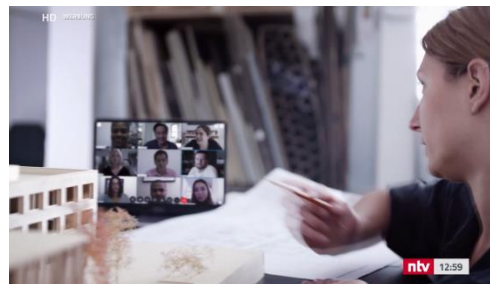
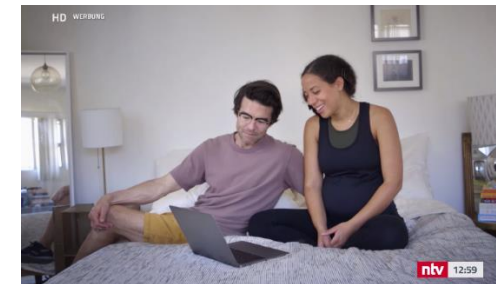
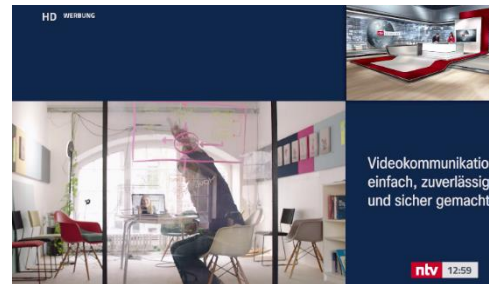
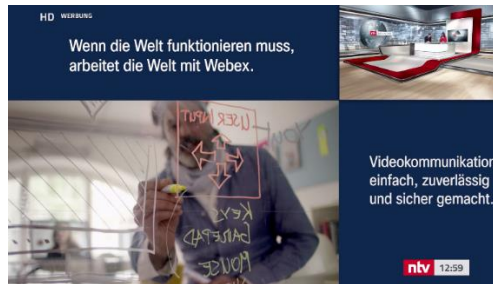




Allgemeine Angaben zur Studie

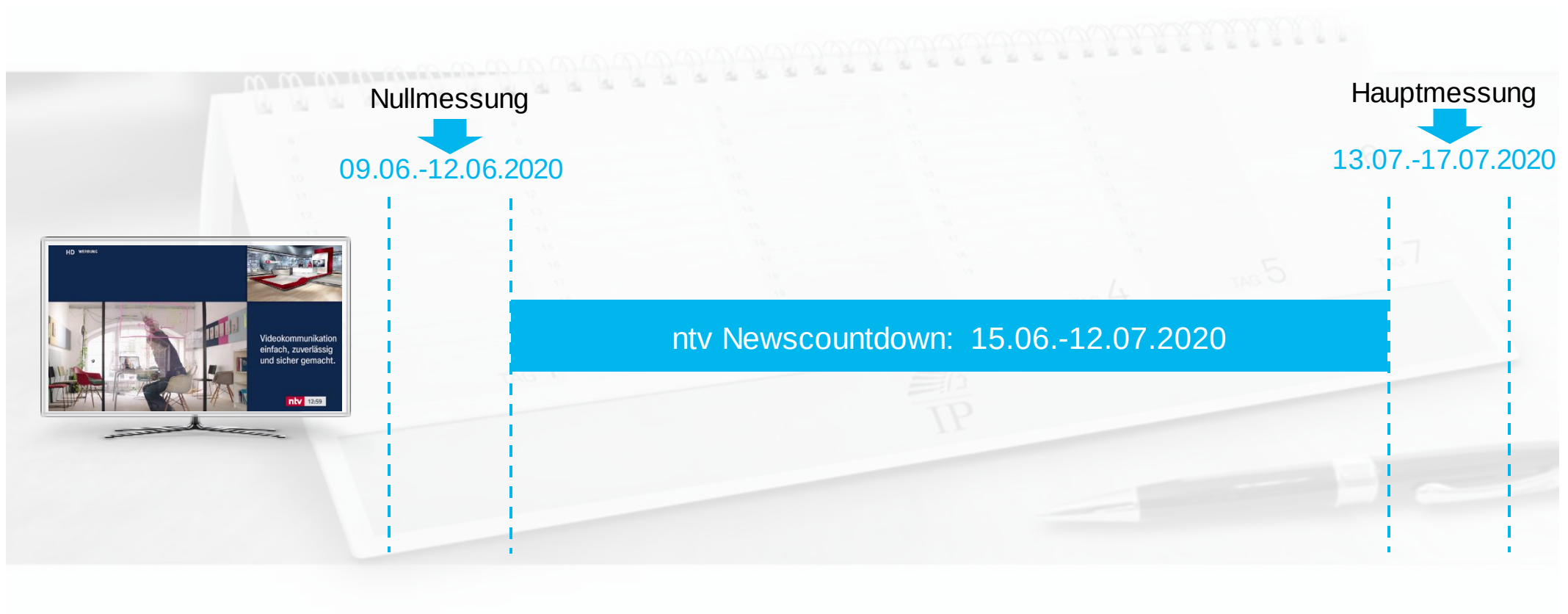


Kreation der Cisco Webex ntv Kampagne 2020



Cisco Webex belegt vom 15.06.2020 bis 12.07.2020 den **Newscountdown** bei ntv

Cisco Webex: Kampagne und Befragungszeiträume



Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitforschung Cisco Webex 2020

Methode & Stichprobe



Studiensteckbrief

Methode Befragung über die „MyNewsPanel“-App

Stichprobe/
Zielgruppe

Voll- und Teilzeit beschäftigte Personen ab 20 Jahren:

Gesamt

- Nullmessung: n=395
- Hauptmessung: n=390

Entscheider

- Nullmessung: n=277
- Hauptmessung: n=272

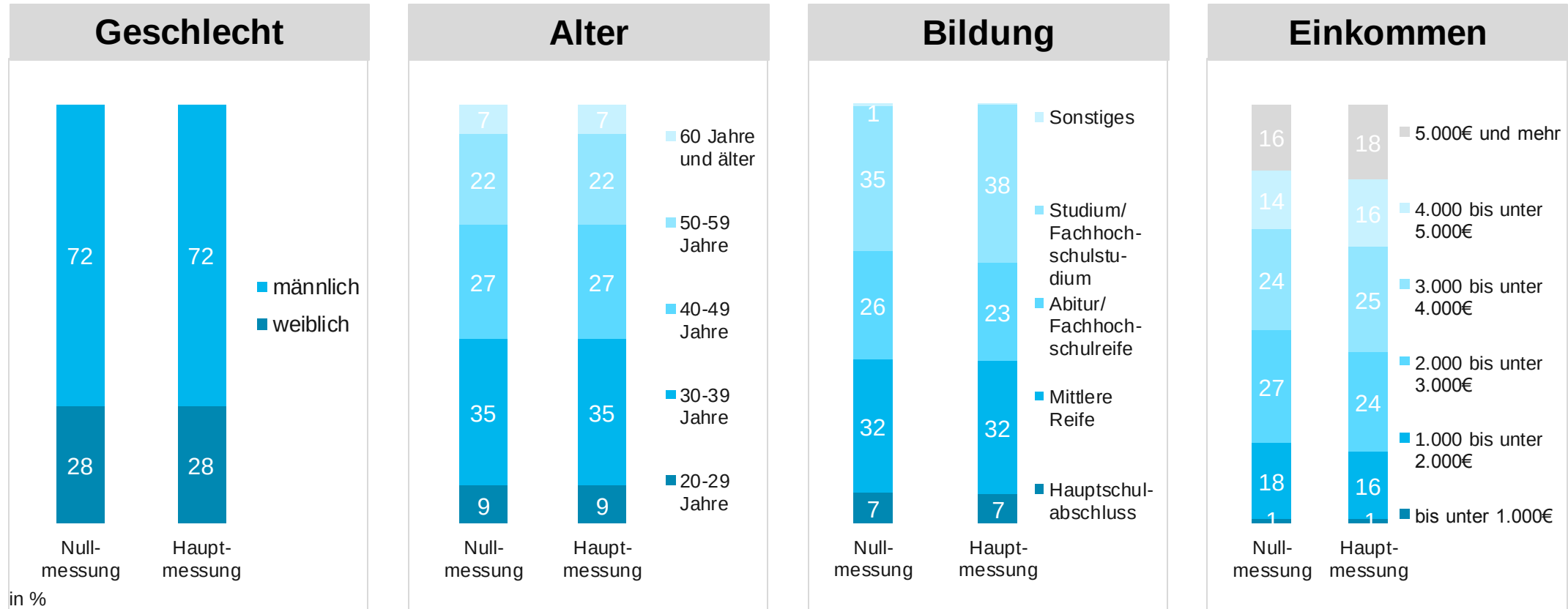
Feldzeit

Nullmessung: 09.06.2020 – 12.06.2020

Hauptmessung: 13.07.2020 – 17.07.2020

Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitforschung Cisco Webex 2020

Demografische Struktur der Befragten



Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitforschung Cisco Webex 2020 / Basis: Nullmessung n=395, Hauptmessung n=390.

Fragen: „Sind Sie...?“ „Wie alt sind Sie?“ „Welches ist Ihr höchster Schulabschluss?“ „Zu welcher der folgenden Einkommensgruppen gehört Ihr Haushalt?“



70% der Befragten sind an Entscheidungen im Unternehmen beteiligt

Entscheidungsbefugnis (Entscheidungen über Käufe bzw. Investitionen),
in %

■ Hauptmessung

■ Nullmessung

Das entscheiden hauptsächlich andere, aber ich
bin an der Entscheidung beteiligt



Das entscheide ich allein



Das entscheide hauptsächlich ich, aber andere
sind an der Entscheidung beteiligt



**Zielgruppe:
Entscheider**

Nullmessung: 70%

Hauptmessung: 70%

Das entscheiden andere, ich bin nicht an
Entscheidungen beteiligt



Solche Entscheidungen kommen dort, wo ich
meinen Beruf ausübe, nicht vor

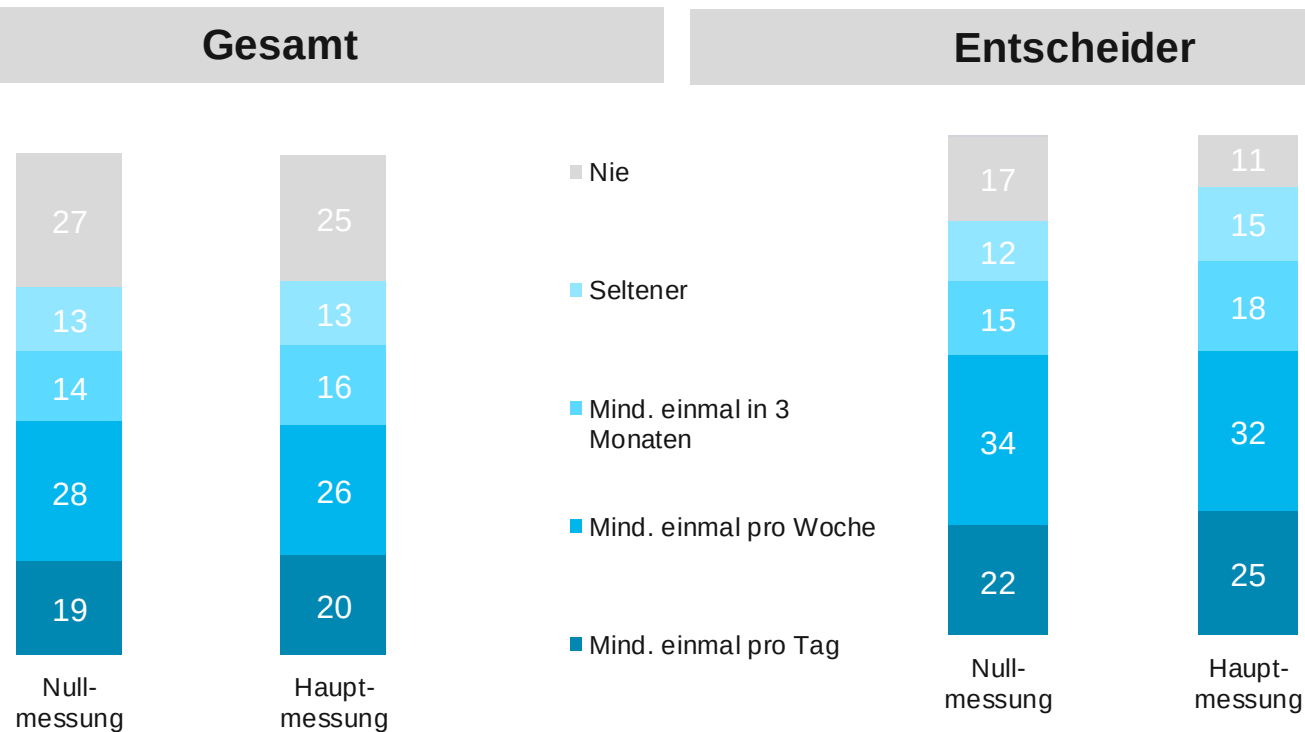


Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitforschung Cisco Webex 2020 / Basis: Nullmessung: n=395, Hauptmessung: n=390.
Fragen: „Welche berufliche Tätigkeit üben Sie zurzeit aus?“ „Wenn im Rahmen Ihrer Tätigkeit, etwas gekauft oder investiert werden soll, wer trifft dann die Entscheidungen, z.B. welche Marke oder Anbieter gewählt wird oder wieviel etwas kosten darf?“

85%
sind Vollzeit berufstätig*

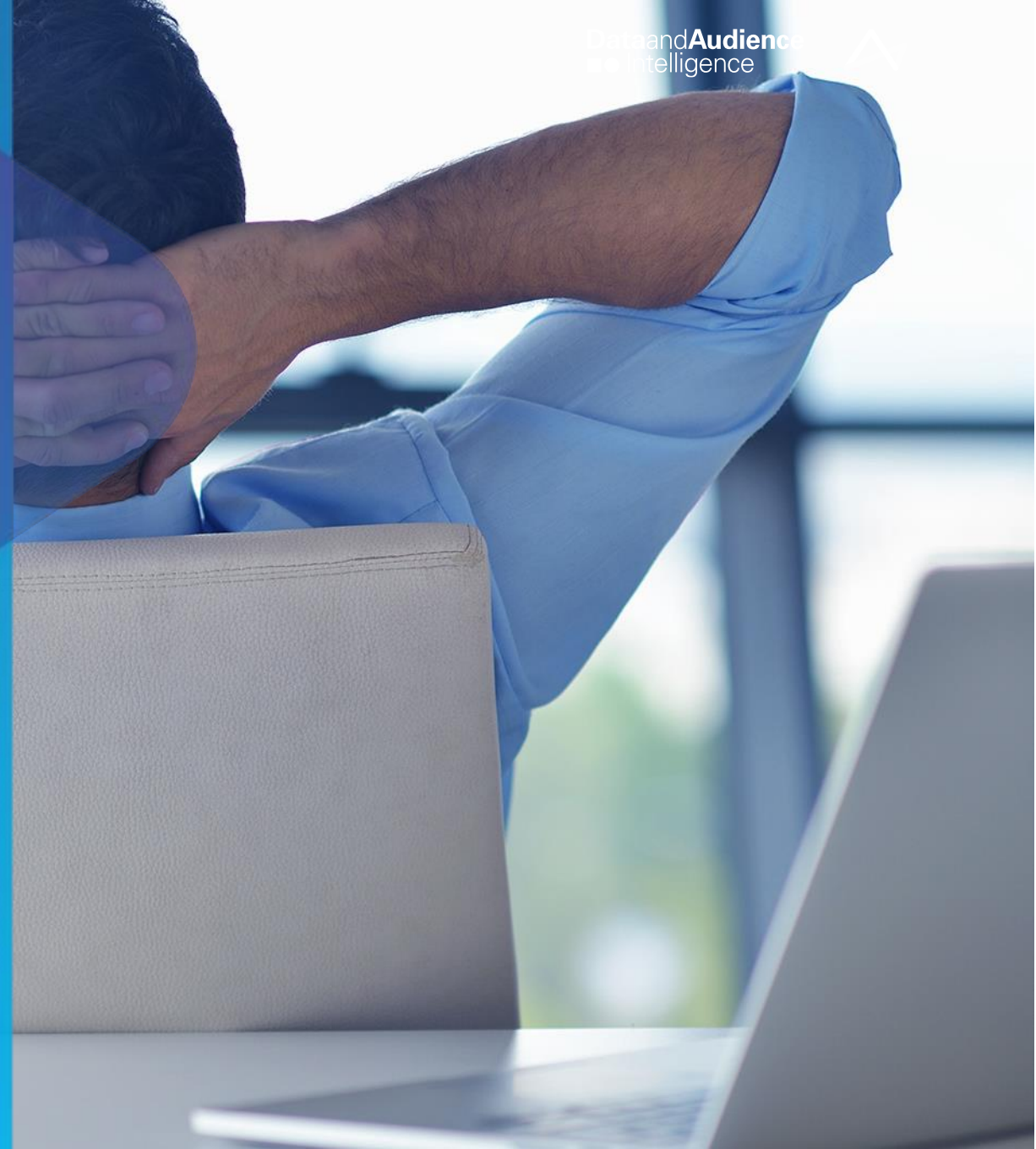
Die Mehrheit nutzt regelmäßig Videokonferenzen und Online-Meetings – jeder vierte Entscheider sogar täglich

Nutzungshäufigkeit von Videokonferenzen, in %



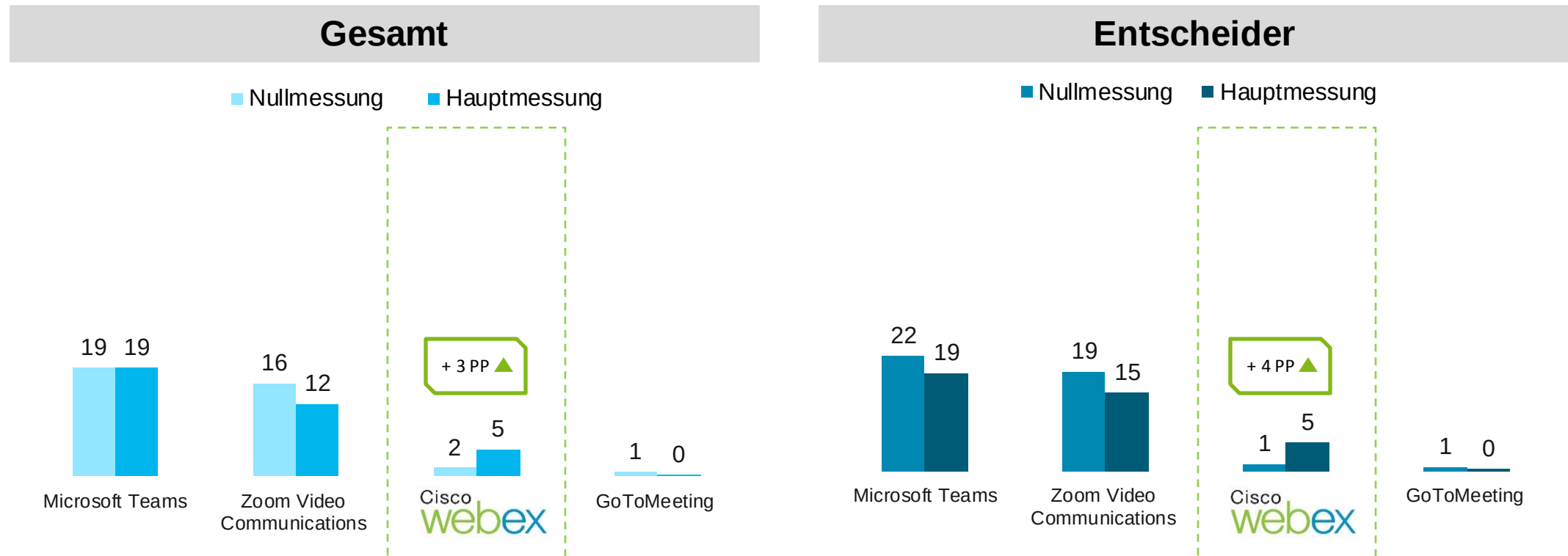
Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitforschung Cisco Webex 2020 / Basis Gesamt: Nullmessung n=395, Hauptmessung n=390; Basis Entscheider: Nullmessung n=277, Hauptmessung n=272 / Frage: „Wie häufig nehmen Sie in Ihrer Tätigkeit an Videokonferenzen und Online-Meetings teil?“

Werbeerinnerung & Kreation



Cisco Webex kann als einziger Anbieter von Videokonferenzen seine ungestützte Werbeerinnerung steigern

Ungestützte Werbeerinnerung von Anbietern für Videokonferenzen und Online-Meetings, in %



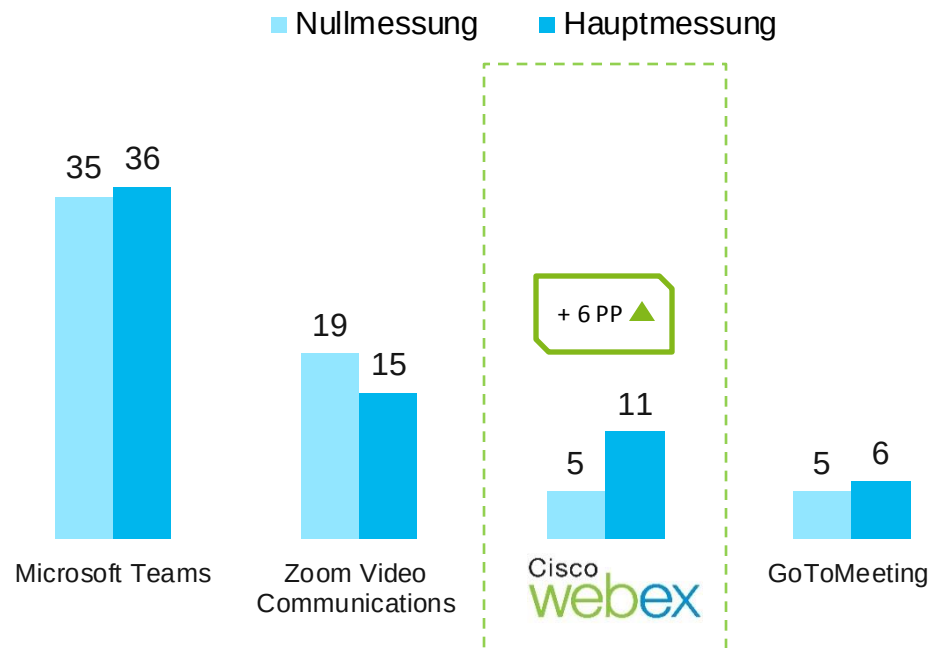
Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitforschung Cisco Webex 2020 / Basis Gesamt: Nullmessung n=395, Hauptmessung n=390; Basis Entscheider: Nullmessung n=277, Hauptmessung n=272.

Frage: „Und für welche Anbieter für Videokonferenzen und Online-Meetings haben Sie in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört - gleichgültig wo?“

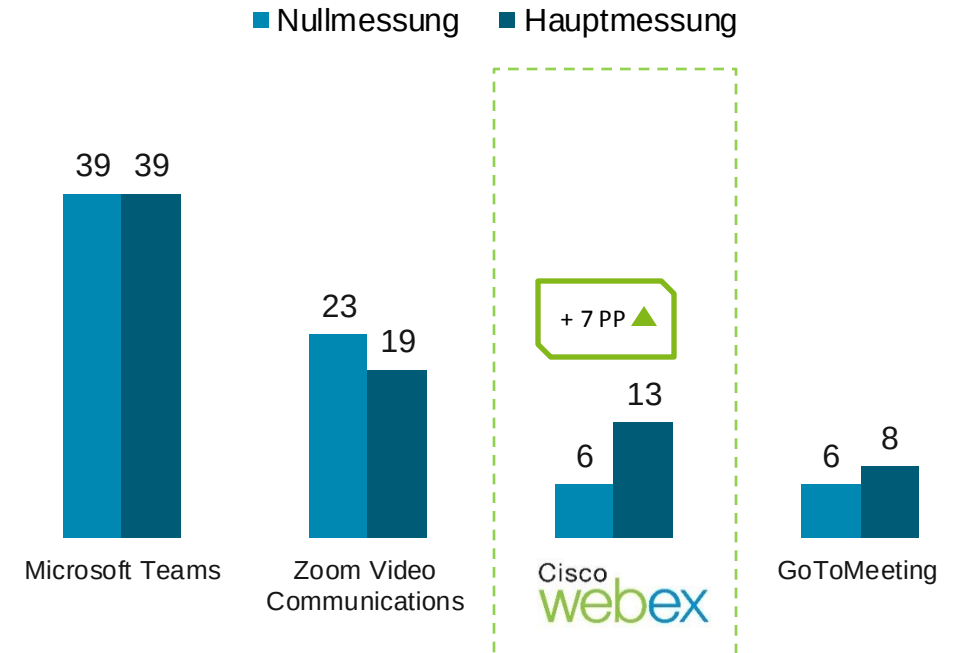
Cisco Webex hat durch die Präsenz bei ntv seine gestützte Werbeerinnerung mehr als verdoppelt

Gestützte Werbeerinnerung von Anbietern für Videokonferenzen und Online-Meetings, in %

Gesamt



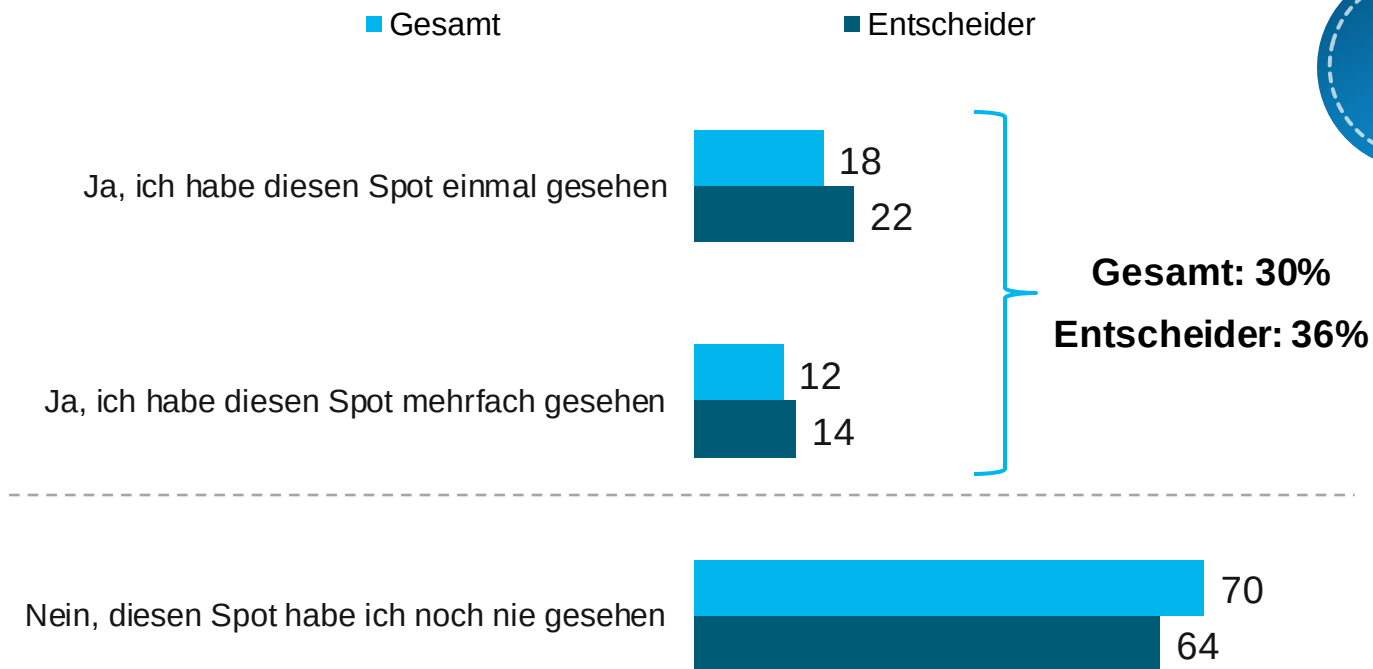
Entscheider



Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitforschung Cisco Webex 2020 / Basis Gesamt: Nullmessung n=395, Hauptmessung n=390; Basis Entscheider: Nullmessung n=277, Hauptmessung n=272 / Frage: „Jetzt möchten wir mit Ihnen noch einmal über Werbung sprechen. Von welchen der Ihnen bekannten Anbieter für Videokonferenzen und Online-Meetings haben Sie in der letzten Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört - gleichgültig wo?“

Nahezu jeder Dritte hat den Spot von Cisco Webex gesehen

Spotbekanntheit, nur Hauptmessung, in %



*ntv Kampagnenbegleitforschungen, Ø-Wert, nur für Gesamt-Zielgruppe vorhanden

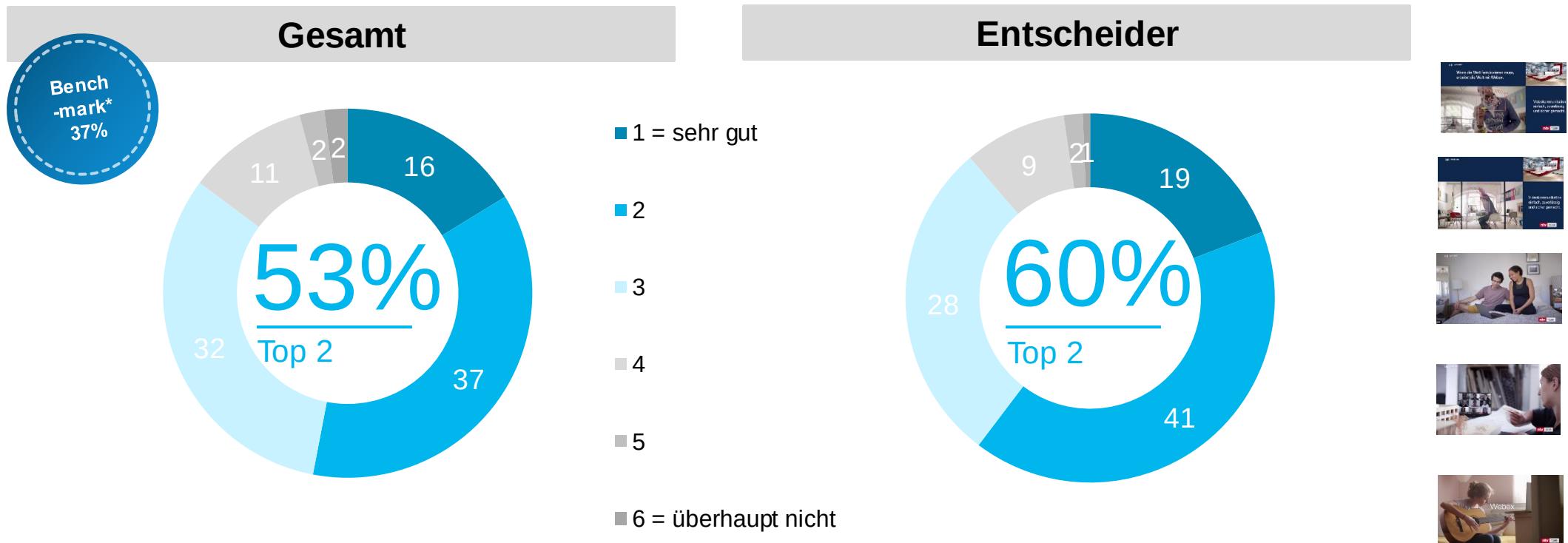
Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitforschung Cisco Webex 2020 / Basis Gesamt: Hauptmessung n=390; Basis Entscheider: Hauptmessung n=272.

Frage: „Haben Sie diesen Spot schon einmal gesehen? Und wenn ja: Wie häufig?“



Die Kreation kommt in beiden Zielgruppen gut an und liegt deutlich über der Benchmark

Spotakzeptanz, nur Hauptmessung, in %



*ntv Kampagnenbegleitforschungen, Ø-Wert, nur für Gesamt-Zielgruppe vorhanden

Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitforschung Cisco Webex 2020 / Basis Gesamt: Hauptmessung n=390; Basis Entscheider: Hauptmessung n=272.

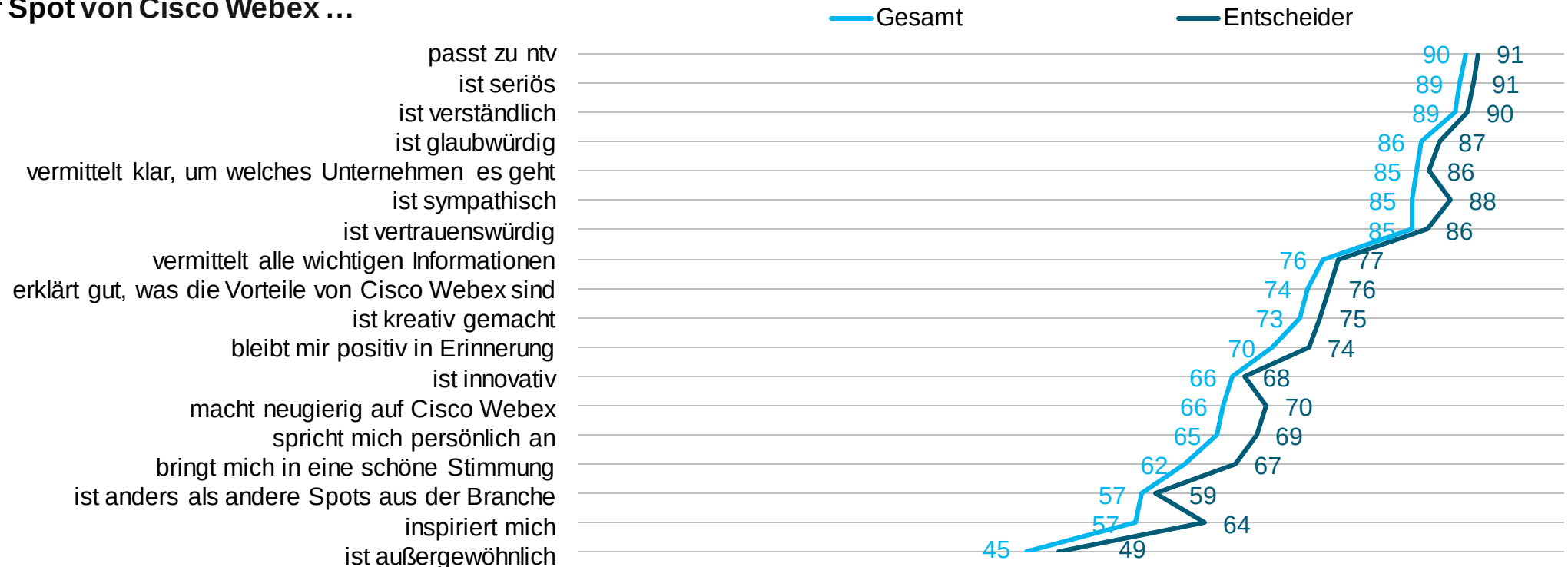
Frage: „Wie gefällt Ihnen dieser Spot insgesamt?“



Der Spot von Cisco Webex wird als sehr passend zu ntv wahrgenommen und überzeugt durch Seriosität, Verständlichkeit und Glaubwürdigkeit

Spotbewertung, Top Two-Werte, nur Hauptmessung, in %

Der Spot von Cisco Webex ...



Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitforschung Cisco Webex 2020 / Basis Gesamt: Hauptmessung n=390; Basis Entscheider: Hauptmessung n=272.

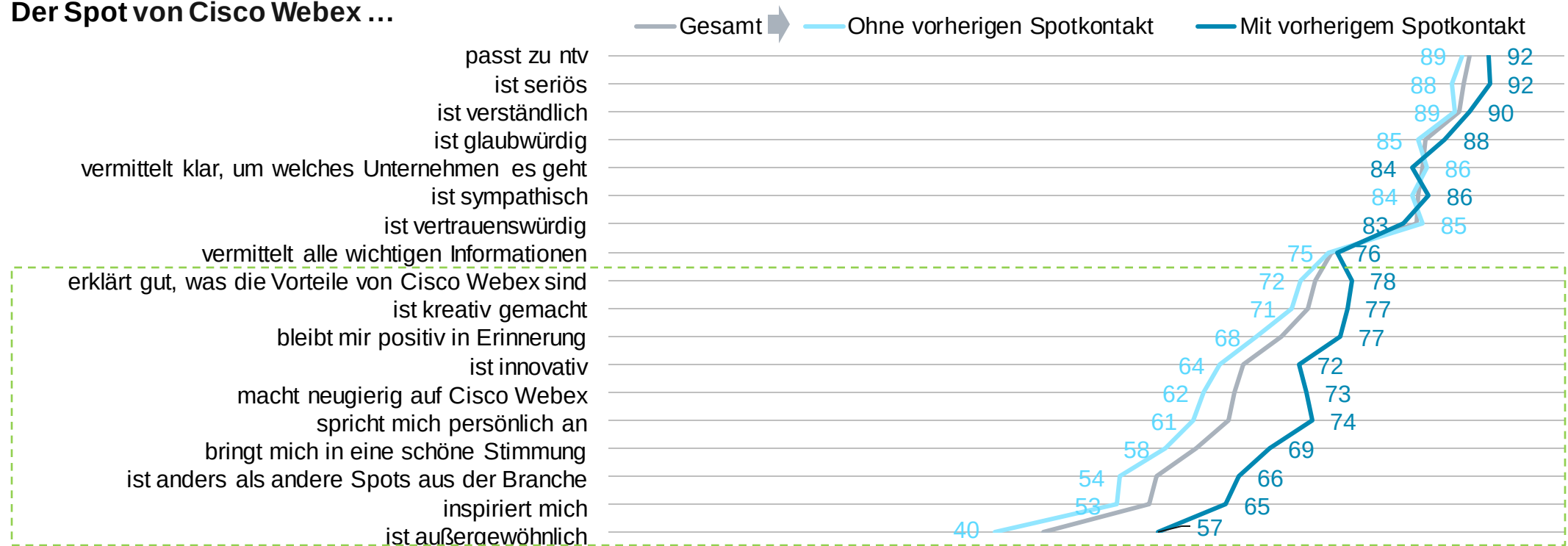
Frage: „Bitte bewerten Sie den vorhin gesehenen Spot anhand der folgenden Aussagen. 1 bedeutet, sie trifft voll und ganz zu und 4 bedeutet, dass sie überhaupt nicht zutrifft.“

Mit den Zahlen dazwischen können Sie Ihre Bewertung abstimmen.“

Mehrfacher Spotkontakt verbessert das rationale und emotionale Profil der Kreation

Spotbewertung, Top Two-Werte, nur Hauptmessung, in %

Der Spot von Cisco Webex ...



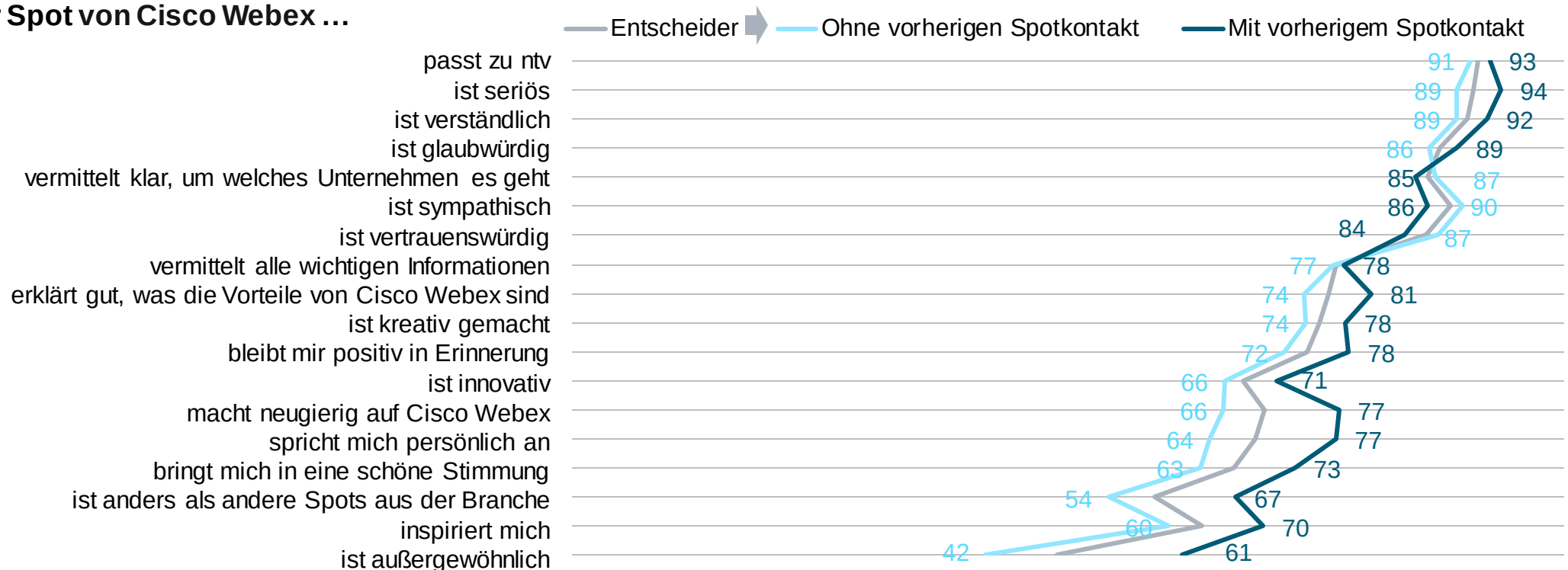
Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitforschung Cisco Webex 2020 / Basis: Gesamt Hauptmessung n=390; Ohne vorherigen Spotkontakt n=273; Mit vorherigem Spotkontakt n=117 / Frage: „Bitte bewerten Sie den vorhin gesehenen Spot anhand der folgenden Aussagen. 1 bedeutet, sie trifft voll und ganz zu und 4 bedeutet, dass sie überhaupt nicht zutrifft. Mit den Zahlen dazwischen können Sie Ihre Bewertung abstimmen.“



Auch bei den Entscheidern haben Mehrfachkontakte einen positiven Einfluss auf die Spotbewertung

Spotbewertung, Top Two-Werte, nur Hauptmessung, in %

Der Spot von Cisco Webex ...



Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitforschung Cisco Webex 2020 / Basis: Entscheider Hauptmessung n=272; Ohne vorherigen Spotkontakt n=174; Mit vorherigem Spotkontakt n=98. Frage: „Bitte bewerten Sie den vorhin gesehenen Spot anhand der folgenden Aussagen. 1 bedeutet, sie trifft voll und ganz zu und 4 bedeutet, dass sie überhaupt nicht zutrifft. Mit den Zahlen dazwischen können Sie Ihre Bewertung abstimmen.“

Markenbekanntheit & Image

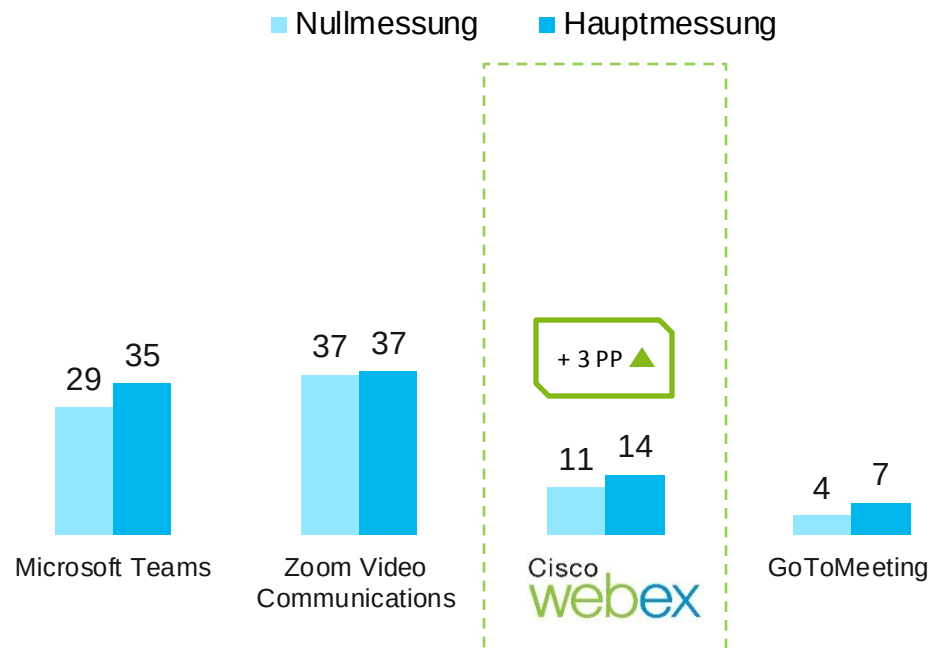




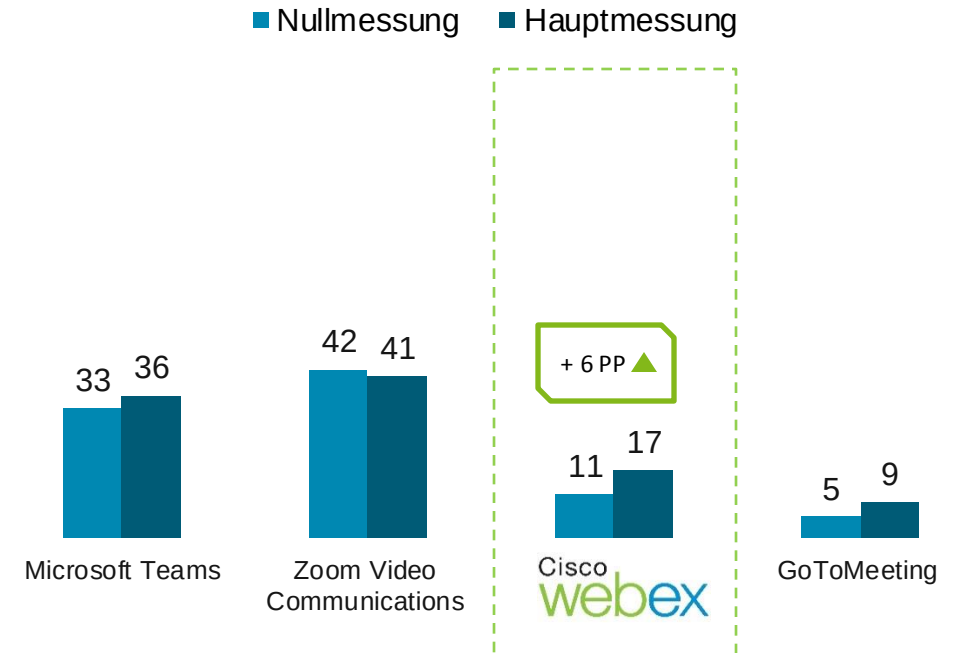
Cisco Webex kann seine ungestützte Markenbekanntheit über den Kampagnenzeitraum steigern

Ungestützte Markenbekanntheit von Anbietern für Videokonferenzen und Online-Meetings, in %

Gesamt



Entscheider



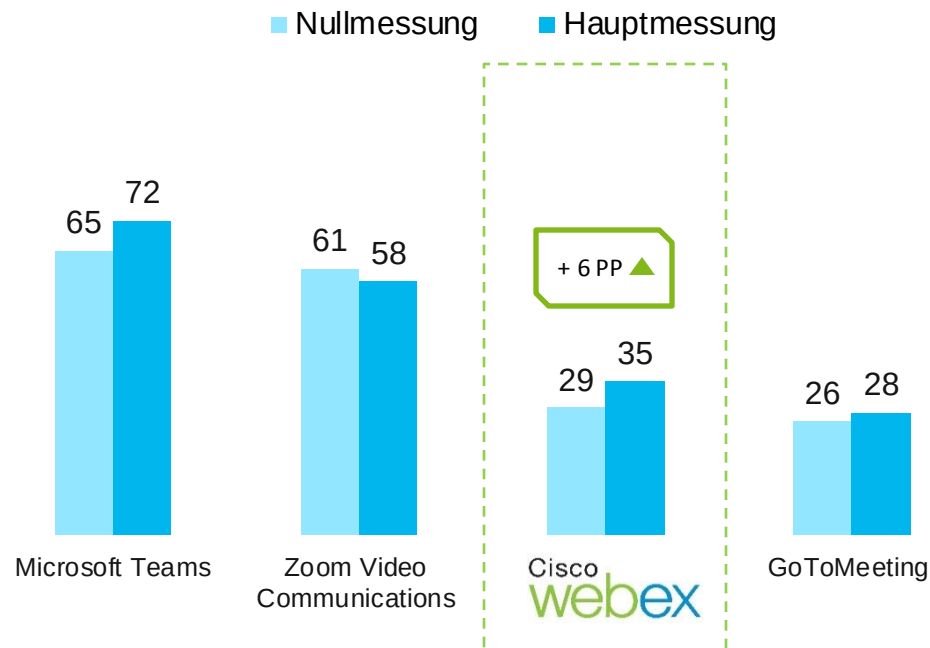
Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitforschung Cisco Webex 2020 / Basis Gesamt: Nullmessung n=395, Hauptmessung n=390; Basis Entscheider: Nullmessung n=277, Hauptmessung n=272. Frage: „Denken Sie bitte einmal an Anbieter für Videokonferenzen und Online-Meetings. Welche Anbieter fallen Ihnen da spontan ein?“



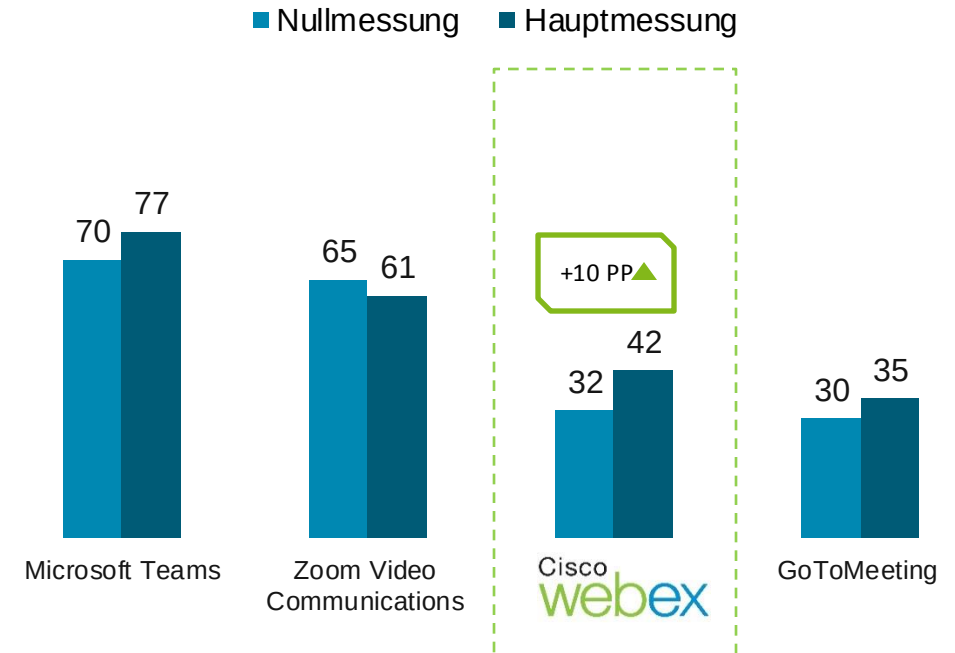
Die gestützte Markenbekanntheit von Cisco Webex ist um 6 PP angestiegen – bei den Entscheidern sogar um 10 PP

Gestützte Markenbekanntheit von Anbietern für Videokonferenzen und Online-Meetings, in %

Gesamt



Entscheider



Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitforschung Cisco Webex 2020 / Basis Gesamt: Nullmessung n=395, Hauptmessung n=390; Basis Entscheider: Nullmessung n=277, Hauptmessung n=272 / Frage: „Manchmal fällt einem ja nicht immer alles sofort ein. Wir stellen Ihnen nun einige Anbieter für Videokonferenzen und Online-Meetings vor. Welche der folgenden Anbieter kennen Sie, sei es auch nur dem Namen nach?“

Kampagnen-Kontakt steigert die gestützte Markenbekanntheit deutlich

Gestützte Markenbekanntheit von „Cisco Webex“, nur Hauptmessung, in %

Cisco
webex

Gesamt

Entscheider

Gesamt



35

42



Mit vorherigem
Spotkontakt



52

54



Ohne Spotkontakt



28



35

Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitforschung Cisco Webex 2020 / Basis Gesamt: Hauptmessung n=390; Mit vorherigem Spotkontakt n=117; Ohne Spotkontakt n=273; Basis Entscheider: Hauptmessung n=272; Mit vorherigem Spotkontakt n=98; Ohne Spotkontakt n=174. Frage: „Manchmal fällt einem ja nicht immer alles sofort ein. Wir stellen Ihnen nun einige Anbieter für Videokonferenzen und Online-Meetings vor. Welche der folgenden Anbieter kennen Sie, sei es auch nur dem Namen nach?“



Die ntv Kampagne zählt positiv auf das Markenbild von Cisco Webex ein

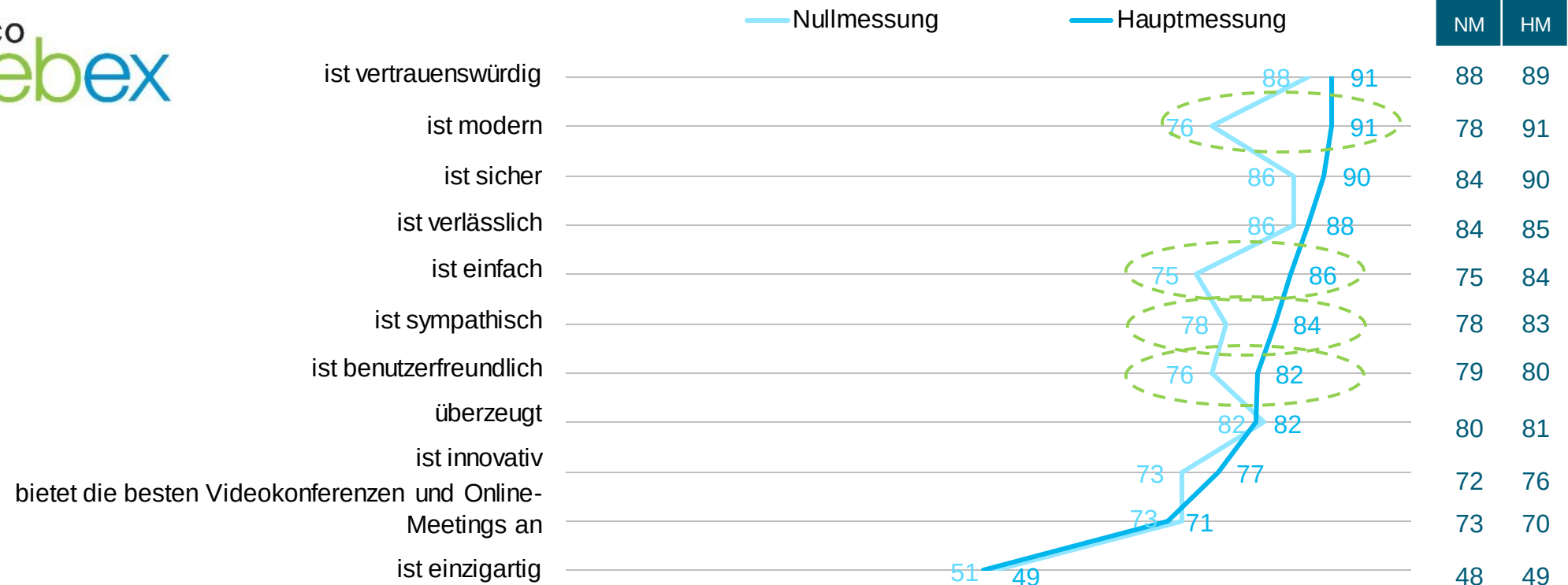
„Der Spot hat das Bild von Cisco Webex deutlich / etwas verbessert“

64%
Zustimmung

Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitforschung Cisco Webex 2020 / Basis Gesamt Marken-Kenner: Hauptmessung n=138; Basis Entscheider Marken-Kenner Hauptmessung n=113 / Frage: „Würden Sie sagen, der Spot hat Ihr Bild von ‚Cisco Webex‘ ...“

Cisco Webex hat ein starkes Markenimage und wird durch die Präsenz bei ntv noch moderner, einfacher und sympathischer wahrgenommen

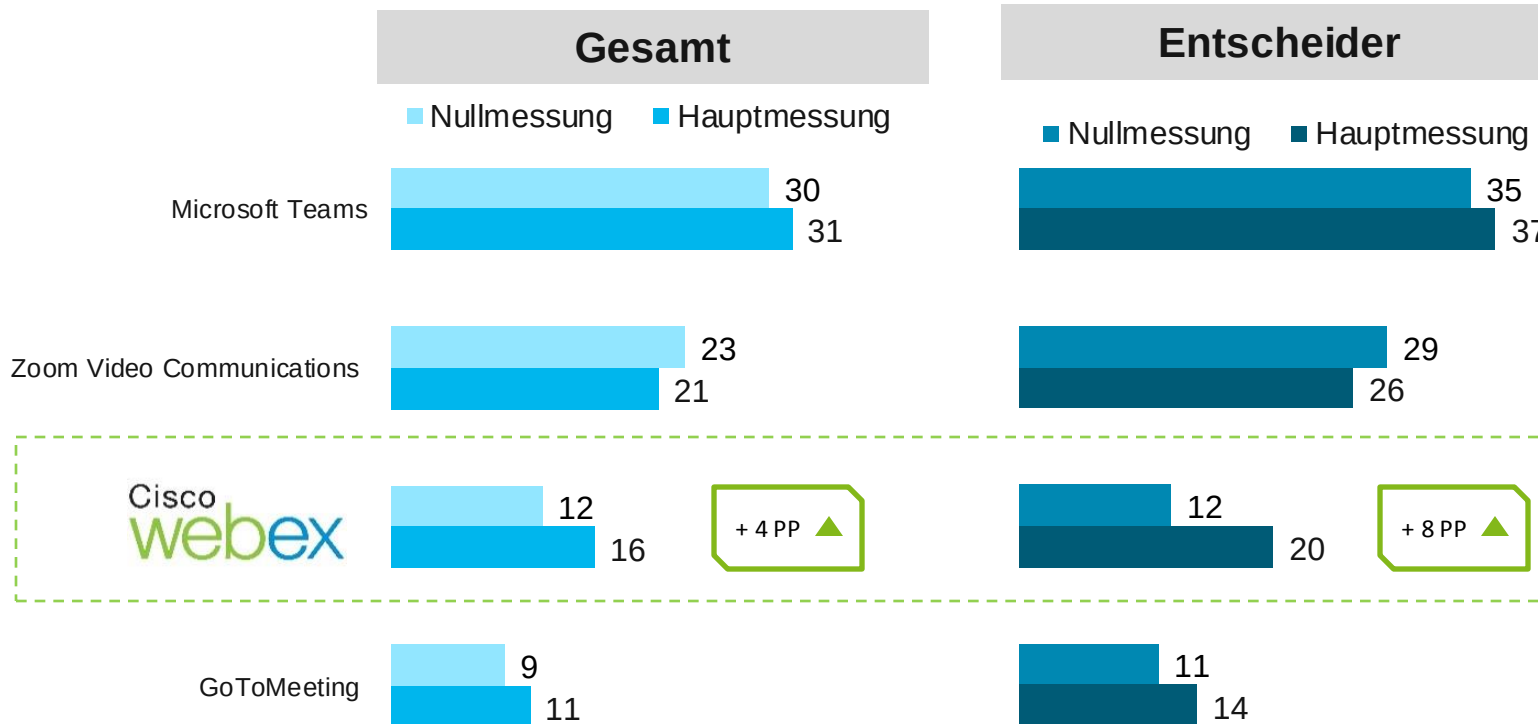
Markenimage von Cisco Webex, Top Two-Werte, nur Markenkenner, in %



Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitforschung Cisco Webex 2020 / Basis Gesamt Marken-Kenner: Nullmessung n=114, Hauptmessung n=138; Basis Entscheider Marken-Kenner: Nullmessung n=89, Hauptmessung n=113. Frage: „Hier lesen Sie einige Aussagen, die auf ‚Cisco Webex‘ zutreffen können. Bitte geben Sie für jede Aussage an, inwieweit diese auf ‚Cisco Webex‘ zutrifft.“

Im Kampagnenzeitraum ist die Nutzung von Cisco Webex angestiegen: Jeder fünfte Entscheider nutzt die Plattform

Aktuelle Nutzung von Anbietern für Videokonferenzen und Online-Meetings, in %



Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitforschung Cisco Webex 2020 / Basis Gesamt: Nullmessung n=395, Hauptmessung n=390;
Basis Entscheider: Nullmessung n=277, Hauptmessung n=272.

Frage: „Welche der Ihnen bekannten Anbieter für Videokonferenzen und Online-Meetings nutzen Sie aktuell?“



Aktivierungsleistung



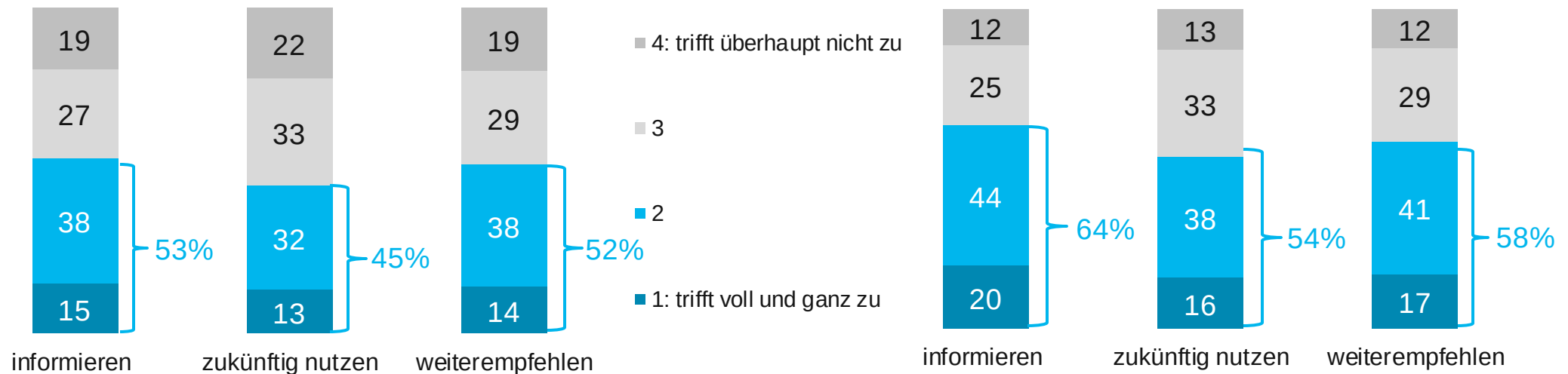
Bei der Mehrheit ist Informations-, Nutzungs- und Weiterempfehlungsbereitschaft für Cisco Webex vorhanden

Informations-, Nutzungs- und Weiterempfehlungsbereitschaft für „Cisco Webex“, nur Hauptmessung, in %

Gesamt

Entscheider

Ich werde (mich über) „Cisco Webex“...



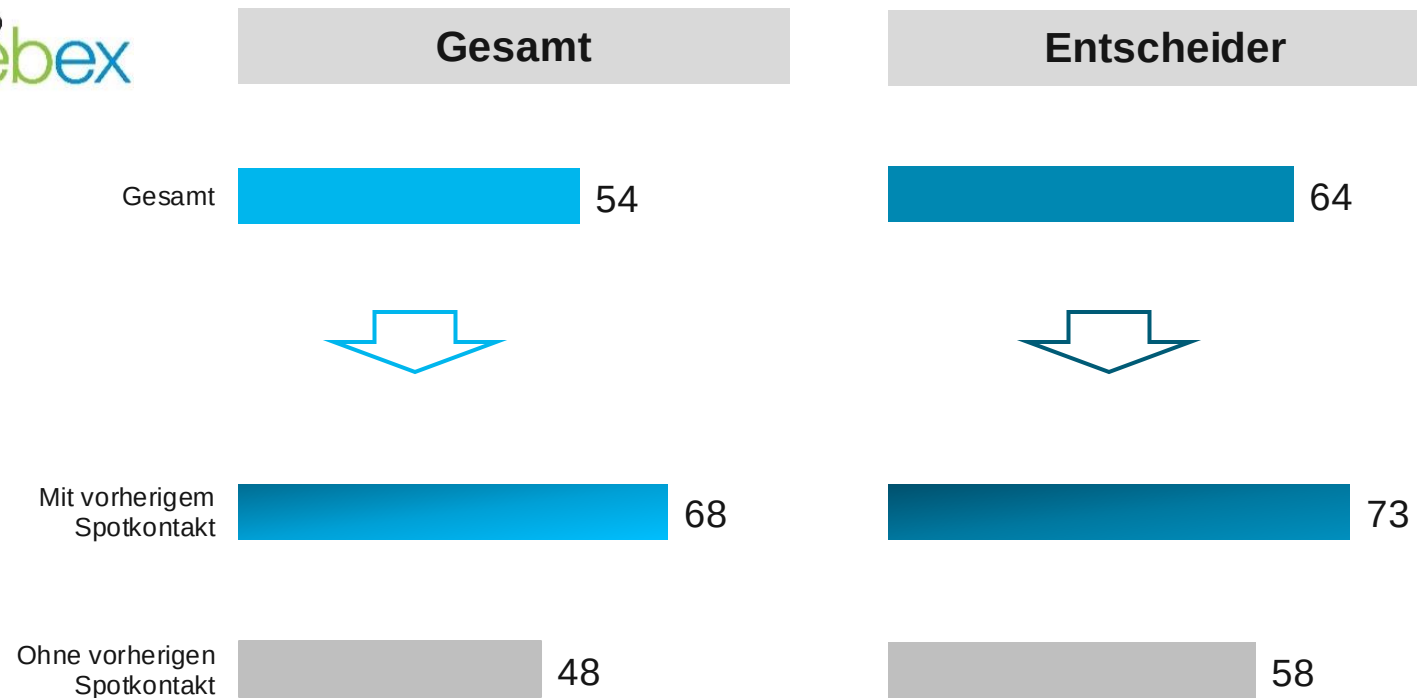
Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitforschung Cisco Webex 2020 / Basis Gesamt: Hauptmessung n=390; Basis Entscheider: Hauptmessung n=272.

Fragen: „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie sich (erneut) näher über ‚Cisco Webex‘ informieren werden?“ / „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie ‚Cisco Webex‘ zukünftig nutzen werden?“ / „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie ‚Cisco Webex‘ weiterempfehlen werden?“

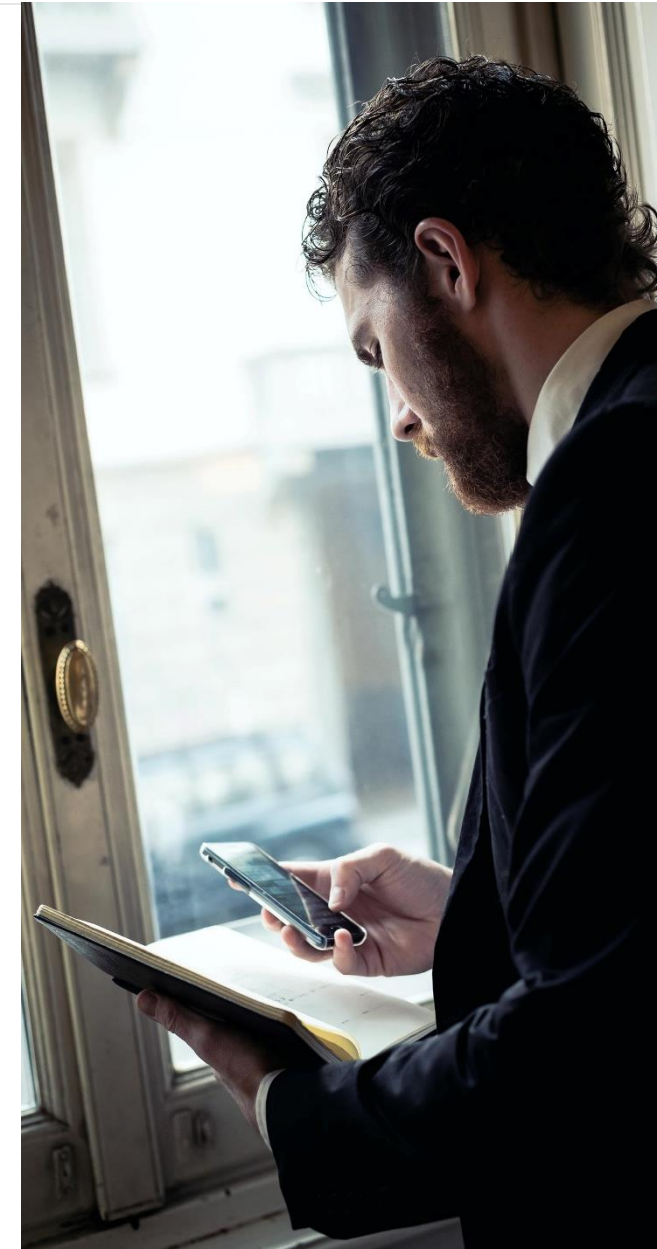
Durch den Kampagnen-Kontakt steigt die Informationsbereitschaft

Informationsbereitschaft für Cisco Webex, Top Two-Werte, in %

Cisco
webex



Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitforschung Cisco Webex 2020 / Basis Gesamt: Hauptmessung n=390; Basis Entscheider: Hauptmessung n=272. Frage: „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie sich (erneut) näher über ‚Cisco Webex‘ informieren werden?“





Deutlich höhere Nutzungsabsicht bei Kampagnen-Kontakt

Nutzungsbereitschaft für Cisco Webex, Top Two-Werte, in %

Cisco
webex

Gesamt

Entscheider

Gesamt



45

54



Mit vorherigem
Spotkontakt



57

61



Ohne vorherigen
Spotkontakt

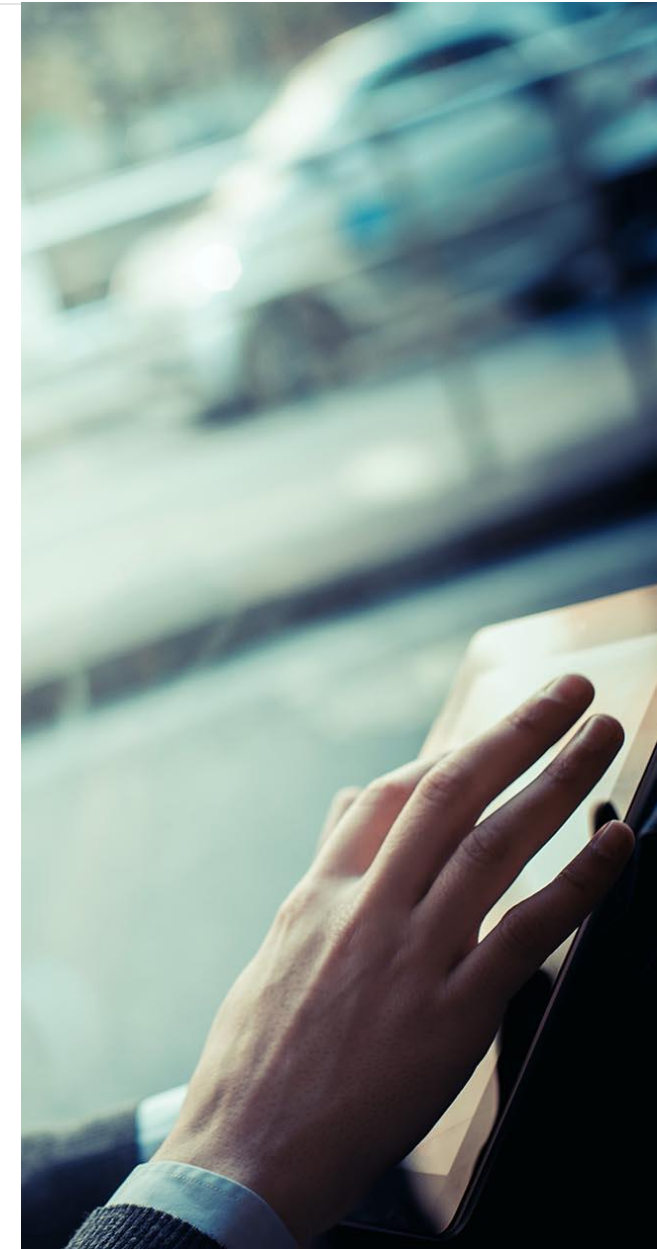


41



50

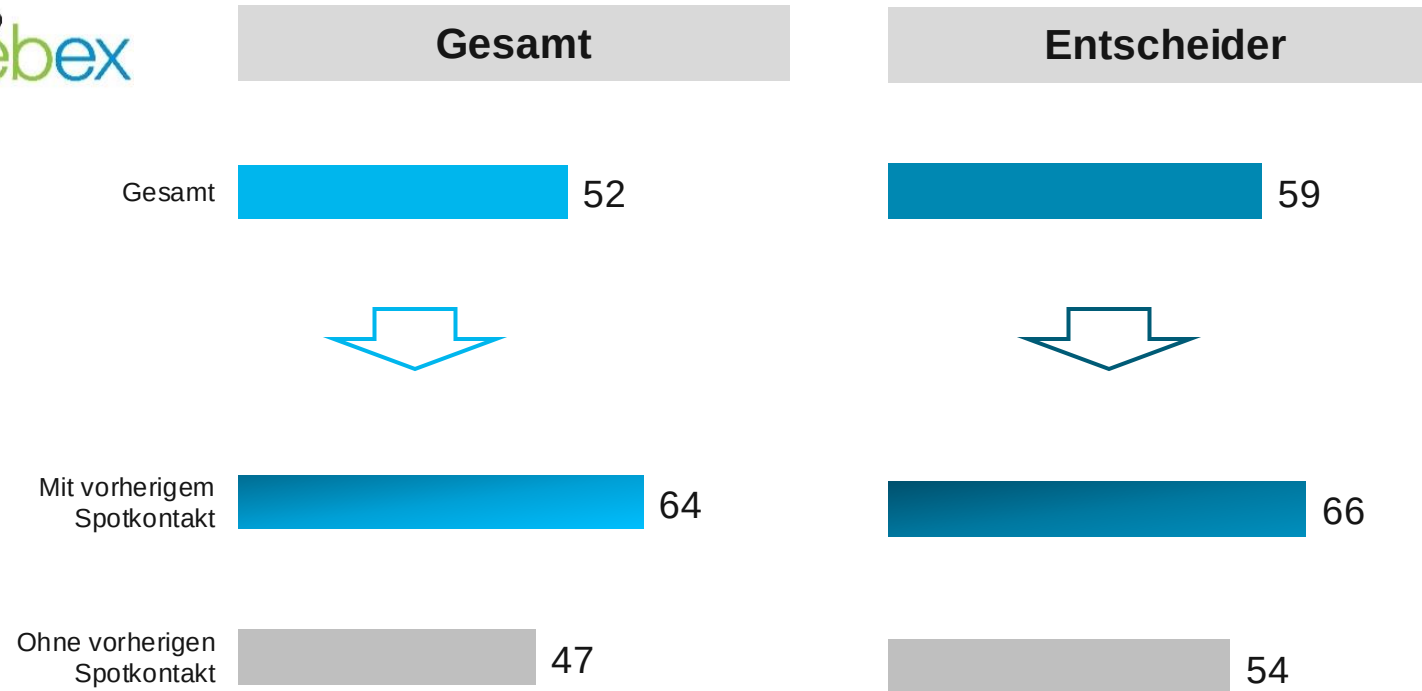
Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitforschung Cisco Webex 2020 / Basis Gesamt: Hauptmessung n=390; Basis Entscheider: Hauptmessung n=272 / Frage: „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie ‚Cisco Webex‘ zukünftig nutzen werden?“



Die Kampagne stimuliert die Bereitschaft zur Weiterempfehlung

Weiterempfehlungsbereitschaft für Cisco Webex, Top Two-Werte, in %

Cisco
webex



Quelle: Ad Alliance Kampagnenbegleitforschung Cisco Webex 2020 / Basis Gesamt: Hauptmessung n=390; Basis Entscheider: Hauptmessung n=272. Frage: „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie ‚Cisco Webex‘ weiterempfehlen werden?“



Fazit



Cisco Webex: Newscountdown bei ntv mit starken Wirkungen!

- Die Präsenz von Cisco Webex bei ntv ist aufgefallen: Sowohl in der Gesamt-Zielgruppe als auch in der Entscheider-Zielgruppe konnte sich jeder Dritte gestützt an den Spot vor den Nachrichten erinnern.
- Die Spotkreation gefällt den Befragten und wird als sehr passend zu ntv bewertet. Die Kreation des Spots wirkt seriös, glaubwürdig und gilt als gut verständlich. Zudem gelingt es dem Spot, den Absender klar zu kommunizieren.
- Durch die Belegung des Newscountdowns verzeichnet Cisco Webex auch einen Bekanntheitsanstieg: In der Gesamtstichprobe steigt die gestützte Markenbekanntheit um 6 Prozentpunkte (Nullmessung: 29%, Hauptmessung: 35%), bei den Entscheidern sogar um 10 Prozentpunkte (Nullmessung: 32%, Hauptmessung: 42%).





Cisco Webex: Newscountdown bei ntv mit starken Wirkungen!

- Auch das Image profitiert vom Werbeauftritt: Cisco Webex wird von beiden Zielgruppen nach dem Flight noch moderner, einfacher und sympathischer wahrgenommen.
- Die Kampagne hat ebenfalls einen positiven Einfluss auf die Informations-, Nutzungs- und Weiterempfehlungsbereitschaft der Marke.



Ihre Ansprechpartner



Anna Rynkowski

Head of Advertising Research
Data & Audience Intelligence

Mediengruppe RTL Deutschland GmbH
Picassoplatz 1
50679 Köln

Tel.: +49 221 456-71085

anna.rynkowski@mediengruppe-rtl.de

Wichtige Hinweise



Die vorgestellten Ideenansätze sind nicht im Detail abgestimmt und verstehen sich vorbehaltlich aller Zustimmungen der jeweiligen Sender, Titel bzw. Plattformbetreiber der einzelnen Vermarkter.

Nutzungsrechte

Das in dieser Präsentation gezeigte Material und sein gesamter Inhalt sind gemäß den geltenden Urheberrechtsgesetzen geistiges Eigentum des Vermarkters Ad Alliance GmbH. Jede teilweise oder vollständige Nutzung, Nachahmung oder Weitergabe von geschützten Inhalten bedarf der vorherigen schriftlichen Genehmigung des Rechteinhabers.

Der Vermarkter Ad Alliance GmbH behält sich vor,
die Verletzung von Urheberrechten zivil- und strafrechtlich zu verfolgen.



Die Ad Alliance GmbH handelt im eigenen Namen und auf Rechnung des jeweiligen Vermarkters
IP Deutschland GmbH | Gruner + Jahr GmbH, G+J Electronic Media Sales GmbH | smartclip Deutschland GmbH und/oder
SPIEGEL-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG.

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH,
abrufbar unter www.ad-alliance.de/agb.

Für den Vermarkter Media Impact GmbH & Co. KG handelt die Ad Alliance GmbH
als Dienstleister und im Namen und für Rechnung der Media Impact GmbH & Co. KG.
Es gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Media Impact GmbH & Co. KG, abrufbar unter:
www.mediaimpact.de/de/agb, es sei denn es ist anders gekennzeichnet.