AdImpact Lancôme

Studie zur Werbewirkung der Warenprobe von Lancôme in der COUCH Nr. 11/22

AdAlliance

RTL Data

ANZEIGE

DAS SERUM FÜR ALLE HAUTTYPEN!

Beauty-Tipp: Alexandra (39), Maria (43), Allina (26), Aimee (24), Sabine (53) und Pia (29) würden Advanced Génifique von Lancôme weiterempfehlen

Ein kleiner Flakon kann Großes bewirken – zum Beispiel die Haut jünger und stärker aussehen lassen. Davon haben sich viele Frauen selbst überzeugt

Natürlich sind wir alle stets auf der Suche nach einer effektiven Hautpflege, die hält, was sie verspricht. Und am ehesten vertrauen wir einem Produkt, das uns persönlich empfohlen wurde. Aber wie wäre es, wenn der Tipp von 500 Frauen kommen würde? Daher ließ Lancôme in 2021 500 Frauen von 25–65 Jahren mit unterschiedlichen Hauttypen das Anti-Aging-Serum Advanced Génifique vier Wochen lang testen. Neun von zehn Frauen sehen einen klaren Unterschied und empfinden einen positiven Effekt auf die Haut.* Das mit sieben prä- und probiotischen Extrakten, Hyaluronsäure und Vitamin C angereicherte Nr.-1-Serum von Lancôme spendet Feuchtigkeit, polstert Falten auf und ...gt für eine stärkere, jugendlich strah- ... Haut. On top bekamen jetzt ...sumentinnen die Chance, bei einem ...yse-Test mit dem exklusiven ...h-Gerät „Skinscreen" von ...zunehmen. Es untersucht ...nd in Bezug auf 13 kli- ... – in diesem Fall vor ...öchigen Anwendung ...que. Die Ergeb- ...die Haut messbar

und nachweislich verbessert hat. 100 % der Testerinnen empfehlen das Serum weiter.** „Meine Haut wirkt frischer und fühlt sich belebt an", sagt Pia (29). Klingt das nicht überzeugend? Wir meinen: Probier Advanced Génifique am besten selbst mindestens einen Flakon lang aus!

Mehr Infos unter: **lancome.de**

Vor und nach der vierwöchigen Anwendung des Serums wurde der Hautzustand gründlich analysiert

EIN SERUM FÜR ALLE

Das Advanced Génifique Serum von Lancôme wurde für alle Frauen entwickelt unabhängig vom Alter oder davon, ob sie trockene, reife oder Mischhaut haben. Das Besondere: Die Pflege stärkt die Hautschutzbarriere sofort, wirkt aber auch langfristig. Denn nach nur einem Flakon sind die Zeichen der Hautalterung gemildert, die Haut wirkt gestrafft und der Teint sieht gesünder und strahlender aus.

WOW!

»Seitdem ich das Serum benutze, fühlt sich die Haut prall und gut durchfeuchtet an.«
Allina (26)

LUST AUF EINE HAUTANALYSE?
Per QR-Code kannst du mit einem Selfie und dem Lancôme E-Youth Finder deine Haut analysieren und dir eine Pflegeroutine empfehlen lassen!

RTL Data

Studiensteckbrief

Methode:
Befragung nach Heftversand im Online-Access-Panel „medientrend“

Befragungszielgruppe:
Couch-Leser:innen/ Lancôme Génifique

Stichprobenumfang:
n=211

Erhebungszeitraum:
14.10.– 24.10.2022

Key Facts zur Forschung

LANCÔME schaltet in der Zeitschrift **COUCH** (11/22) eine **Anzeige mit einer Warenprobe**.

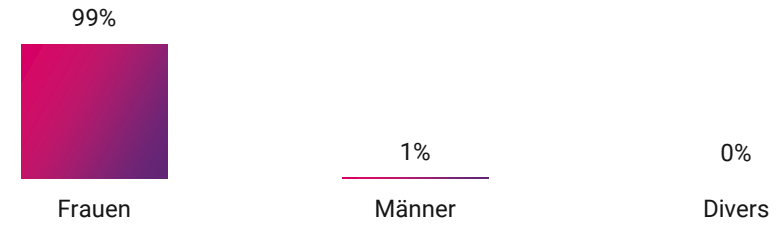
In der Anzeige im Advertorial-Stil werden die Eigenschaften des Advanced Génifique Serum beschrieben. Außerdem ist ein QR-Code abgedruckt, der zu einem Hautanalyse-Tool verlinkt.
Das **Hautpflege Sampling** ermöglicht den Leser:innen, sich von dem Produktnutzen zu überzeugen.

Um die **Werbewirkung der Warenprobe zu evaluieren**, wurde ein **Werbemitteltest mit Heftversand** durchgeführt. Insgesamt wurden für diesen n=211 COUCH-Leser:innen befragt.

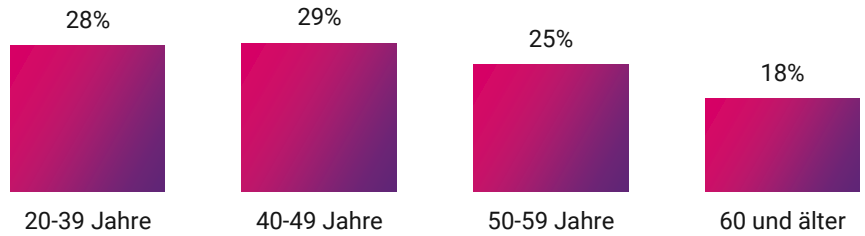
Quelle: Ad Alliance | RTL Data AdImpact LANCÔME (2022)

Soziodemographische Zusammensetzung der Stichprobe

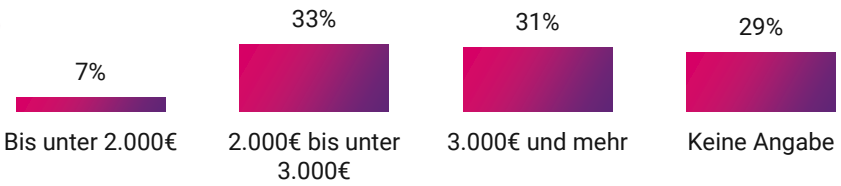
Geschlecht



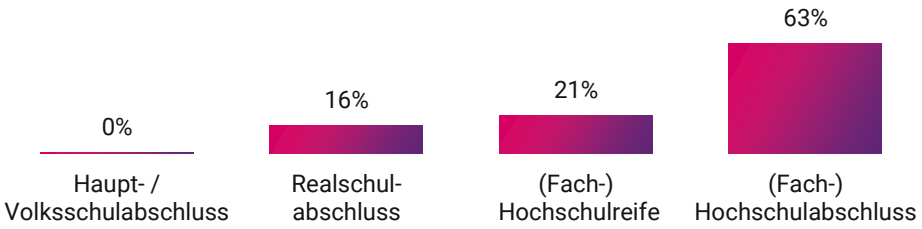
Alter



Haushaltsnettoeinkommen



Bildung



Quelle: Ad Alliance | RTL Data AdImpact LANCÔME (2022) | Fragen: „Welches Geschlecht haben Sie?“, „Und wie alt sind Sie?“ (offene Abfrage), „Und wie hoch ist Ihr monatliches Haushaltsnettoeinkommen?“, „Welches ist Ihr höchster erreichter Bildungsabschluss?“ |
Basis: Total, n=211

RTL Data

Ansicht des Werbemittels

Warenprobe

ANZEIGE

Beauty-Tipp: Alexandra (39), Maria (43), Allina (26), Aimee (24), Sabine (53) und Pia (29) würden Advanced Génifique von Lancôme weiterempfehlen

DAS SERUM FÜR ALLE HAUTTYPEN!

Ein kleiner Flakon kann Großes bewirken – zum Beispiel die Haut jünger und stärker aussehen lassen. Davon haben sich viele Frauen selbst überzeugt

Natürlich sind wir alle stets auf der Suche nach einer effektiven Hautpflege, die hält, was sie verspricht. Und am ehesten vertrauen wir einem Produkt, das uns persönlich empfohlen wurde. Aber wie wäre es, wenn der Tipp von 500 Frauen kommen würde? Daher ließ Lancôme in 2021 500 Frauen von 25–65 Jahren mit unterschiedlichen Hauttypen das Anti-Aging-Serum Advanced Génifique vier Wochen lang testen. Neun von zehn Frauen sehen einen klaren Unterschied und empfinden einen positiven Effekt auf die Haut.* Das mit sieben prä- und probiotischen Extrakten, Hyaluronsäure und Vitamin C angereicherte Nr.-1-Serum von Lancôme spendet Feuchtigkeit, polstert Falten auf und sorgt für eine stärkere, jugendlich strahlende Haut. On top bekamen jetzt 50 Konsumentinnen die Chance, bei einem Hautanalyse-Test mit dem exklusiven Beauty-Tech-Gerät „Skinscreen" von Lancôme teilzunehmen. Es untersucht den Hautzustand in Bezug auf 13 klinische Parameter – in diesem Fall vor und nach der vierwöchigen Anwendung von Advanced Génifique. Die Ergebnisse zeigen, dass sich die Haut messbar und nachweislich verbessert hat. 100 % der Testerinnen empfehlen das Serum weiter.** „Meine Haut wirkt frischer und fühlt sich belebt an", sagt Pia (29). Klingt das nicht überzeugend? Wir meinen: Probier Advanced Génifique am besten selbst mindestens einen Flakon lang aus!

Mehr Infos unter: **lancome.de**

Vor und nach der vierwöchigen Anwendung des Serums wurde der Hautzustand gründlich analysiert

EIN SERUM FÜR ALLE
Das Advanced Génifique Serum von Lancôme wurde für alle Frauen entwickelt – unabhängig vom Alter oder davon, ob sie trockene, reife oder Mischhaut haben. Das Besondere: Die Pflege stärkt die Hautschutzbarriere sofort, wirkt aber auch langfristig. Denn nach nur einem Flakon sind die Zeichen der Hautalterung gemildert, die Haut wirkt gestrafft und der Teint sieht gesünder und strahlender aus.

WOW!

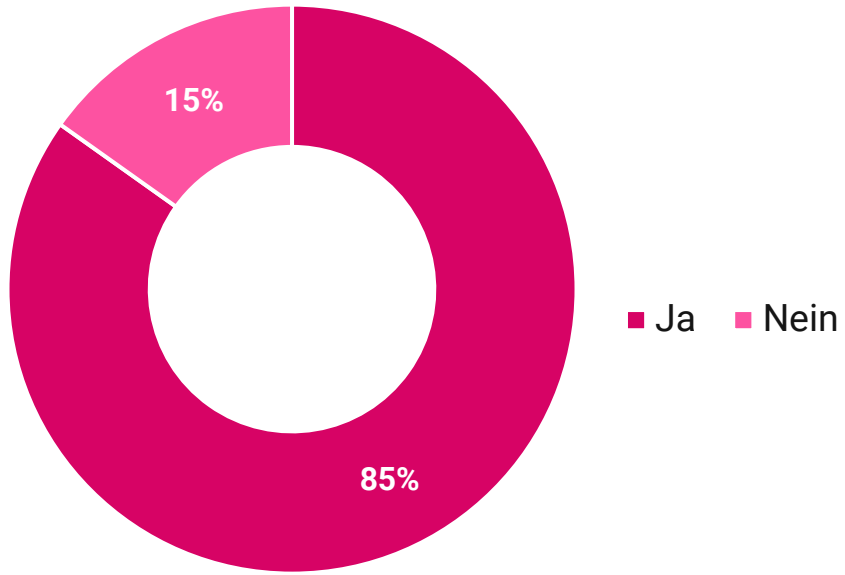
»Seitdem ich das Serum benutze, fühlt sich die Haut prall und gut durchfeuchtet an.«
Allina (26)

LUST AUF EINE HAUTANALYSE?
Per QR-Code kannst du mit einem Selfie und dem Lancôme E-Youth Finder deine Haut analysieren und dir eine Pflegeroutine empfehlen lassen!

* Quelle 2021: Studie unter 500 Frauen aus Österreich und Deutschland zwischen 25 und 65 Jahren, Ergebnisse nach täglicher Anwendung morgens und abends
** 50 Befragungsteilnehmerinnen, 08/2022, Hautanalyse vor und nach der Verwendung eines Flakons Advanced Génifique von Lancôme, Testzeitraum vier Wochen

Die Warenprobe erzeugt Awareness: 85% der Befragten ist die Warenprobe aufgefallen

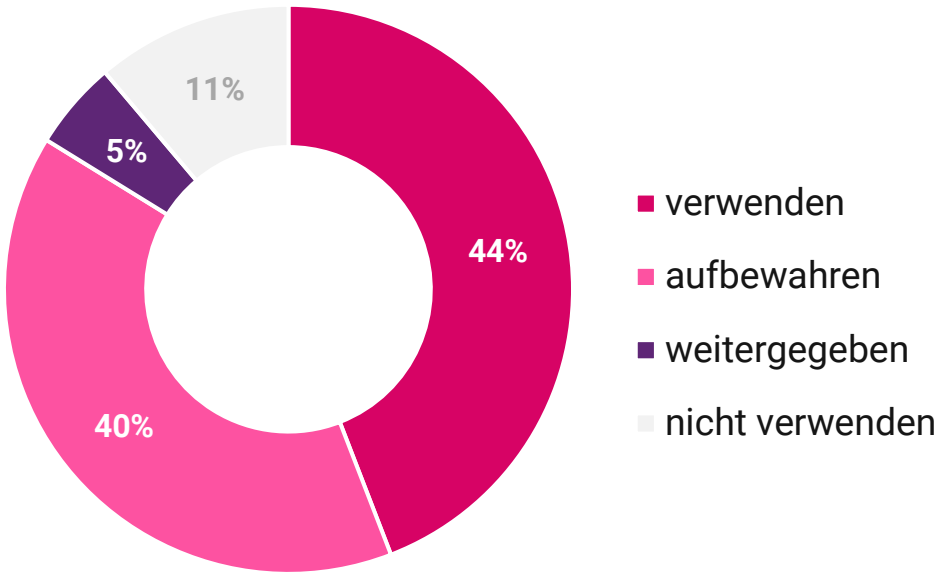
Awareness der Warenprobe



Quelle: Ad Alliance | RTL Data AdImpact LANCÔME (2022) | Frage: „Ist Ihnen eine Warenproduktprobe in der Zeitschrift aufgefallen?“
Basis: Total, Testmessung n=211

89% der Befragten haben Verwendung für das Sampling

Nutzung der Warenprobe



Quelle: Ad Alliance | RTL Data AdImpact LANCÔME (2022) | Frage: „Was haben sie mit der Warenprobe gemacht oder werden Sie machen?“
Basis: WP-Erinnerer, Testmessung n=179
Zum Vergleich: MIXA-Warenprobe AdImpact Brigitte 2019 "Ich werde die Produktprobe verwenden/habe sie verwendet 83%“

RTL Data

Sehr starke Awareness-Leistung der Anzeige mit Sampling: Ungestützt wie gestützt wird die Beilage am besten erinnert

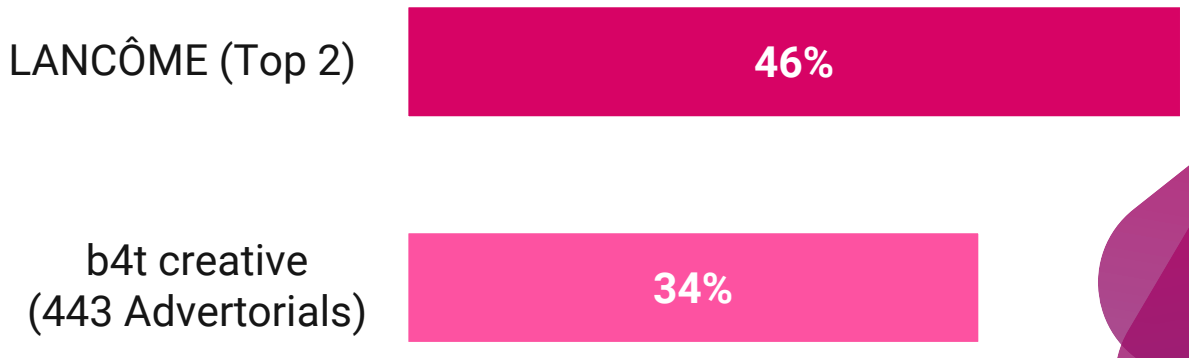
Werbeerinnerung COUCH Nr. 11 (Top 10)

Quelle: Ad Alliance | RTL Data AdImpact AdImpact LANCÔME (2022) | Frage: „ Wenn Sie an die aktuelle COUCH denken, können Sie sich spontan an die Werbung in dieser Ausgabe erinnern? Welche Marken bzw. Produkte wurden in dieser Ausgabe beworben? Bitte nennen Sie alle Marken bzw. Produkte, die Ihnen spontan einfallen.“, „Um Ihnen zusätzlich eine kleine Stütze zu geben, zeigen wir Ihnen auch noch eine Liste mit verschiedenen Marken. Welche dieser Marken haben Ihrer Erinnerung nach in der aktuellen Ausgabe der Zeitschrift COUCH Werbung geschaltet?“ | Basis: Total, Testmessung n=211

RTL Data

Die Anzeige gefällt ganz allgemein 46% der Befragten (sehr) gut

Likeability



Quelle: Ad Alliance | RTL Data AdImpact LANCÔME (2022) | Frage: „Und wie gefällt Ihnen diese Print-Anzeige ganz allgemein??"
Basis: Testmessung n=211

RTL Data

Die offene Abfrage zu der Anzeige insgesamt zeigt sehr deutlich: Das Foto mit den verschiedenen Frauen, die Informationen zu dem Serum ebenso die Probe an sich kommen am besten an

Quelle: Ad Alliance | RTL Data AdImpact LANCÔME (2022) | Frage: „Was gefällt Ihnen an der Anzeige gut?“ | Basis: Total, Testmessung n=211

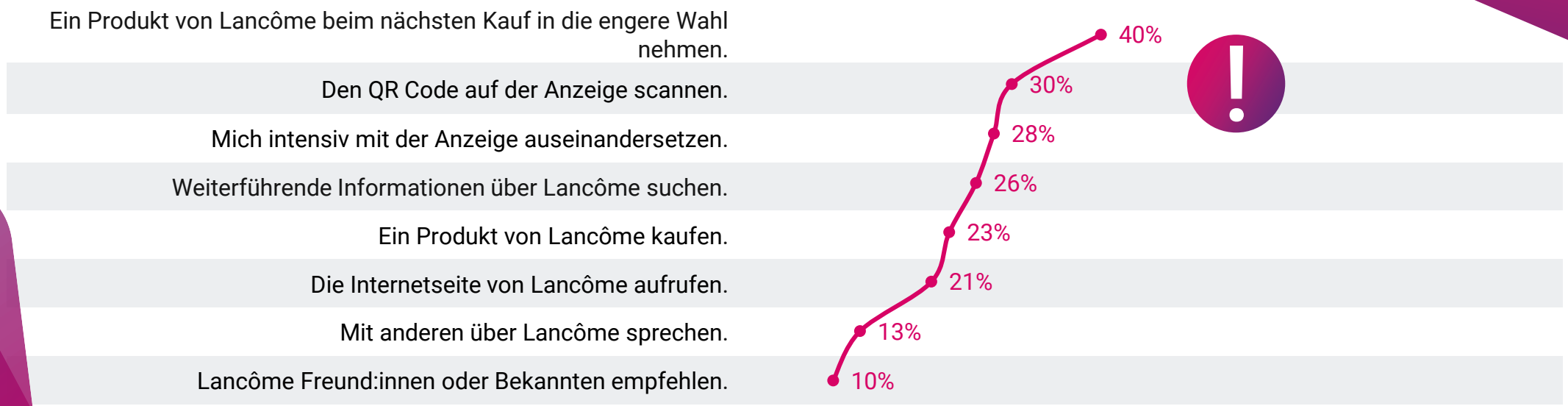
RTL Data

„Was gefällt Ihnen an der Anzeige gut?“
O-Töne der Proband:Innen

Quelle: Ad Alliance | RTL Data AdImpact LANCÔME (2022) | Frage: „Was gefällt Ihnen an der Anzeige gut?“ | Basis: Total, Testmessung n=211

Starke Impulse werden gesetzt, sowohl zum Kauf und zur Nutzung des QR Codes als auch zur Beschäftigung auf Produktebene

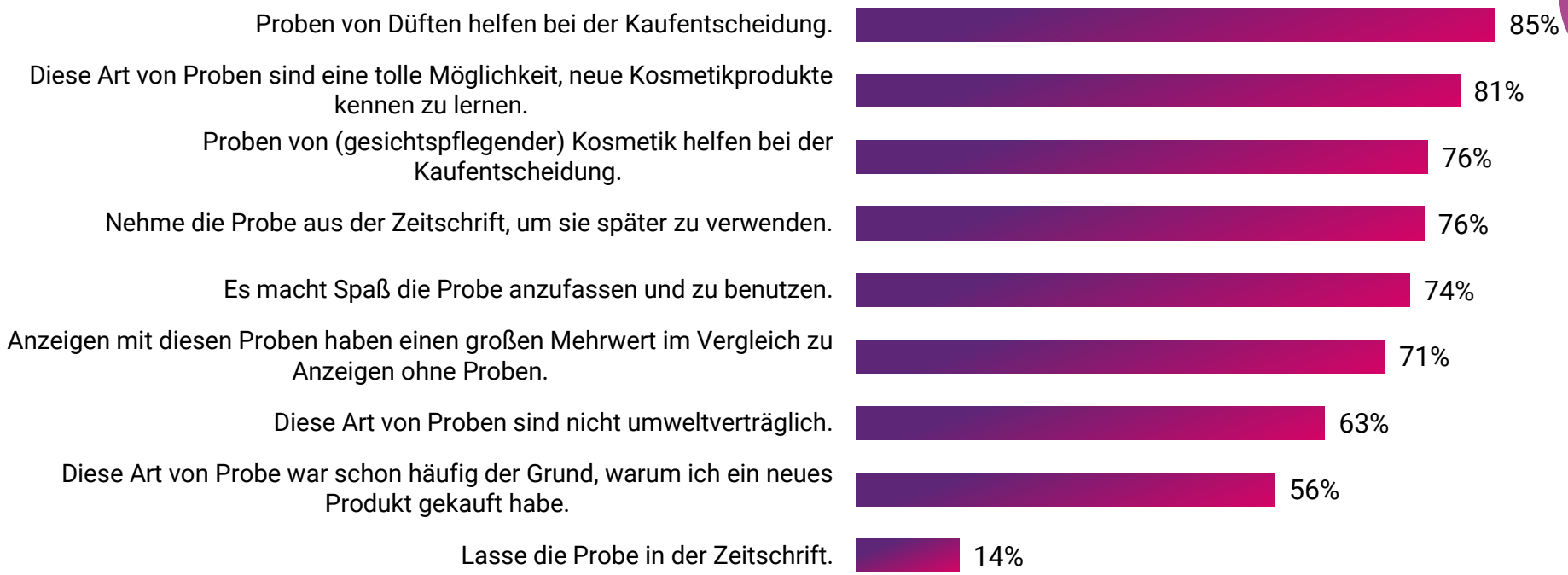
Aktivierung



Quelle: Ad Alliance | RTL Data AdImpact LANCÔME (2022) | Frage: „Welche der folgenden Aktivitäten haben Sie in Bezug auf LANCÔME vor Kurzem getätigt und / oder gedenken Sie in naher Zukunft zu tätigen?“ Ja/Nein/Weiß nicht| Basis: Total, Testmessung n=211

Das Werbeformat wird genutzt, beeinflusst die Kaufentscheidung und gefällt den Befragten besser als klassische Anzeigen-Formate

Aktivierung Warenprobe, Top-2-Werte



Quelle: Ad Alliance | RTL Data AdImpact LANCÔME(2022) | Frage: „Im Folgenden interessiert uns ihre Meinung zu Warenproben, wie diese auf der Anzeige von LANCÔME ganz generell.? Bitte geben Sie an, inwiefern die folgenden Aussagen Ihrer Meinung nach zutreffen.“ (5er-Skala von 1=trifft voll und ganz zu bis 5=trifft überhaupt nicht zu) | Basis: Total, Testmessung n=211

Fazit

01 Hoher Impact!

Die Probe von LANCÔME testet insgesamt hervorragend:
85% der Befragten ist die Warenprobe in der COUCH aufgefallen. 89% von ihnen werden animiert, die Probe zu verwenden.

24 % der Befragten können sich ungestützt, 49% gestützt an den Werbeauftritt erinnern – jeweils der Top-Wert aller in diesem Heft geschalteten Anzeigen. 50% der affinen Leser:innen bewerten die Anzeige von LANCÔME (sehr) positiv: Insbesondere Informationsgehalt und Warenprobe gefallen.

02 Sehr hohe Akzeptanz der Warenprobe!

Das Sampling wird von den Befragten äußerst positiv wahrgenommen: Es hilft bei der Kaufentscheidung und macht Spaß. 71% der Befragten bietet dieses Werbeformat einen Mehrwert gegenüber klassischen Anzeigen und gefällt ihnen dementsprechend im Vergleich auch besser.

03 Starke Impulse!

Die Schaltung eines Advertorials kann die dahinterstehende Marke zu einem Experten bei einem bestimmten Thema machen und damit die Differenzierung zur Konkurrenz erleichtern.
Grundsätzlich eignen sich hier Kosmetik-Themen sehr gut dafür. LANCÔME gelingt dies sehr gut und die Rezipient:innen beschäftigen sich intensiv mit der Anzeige, nutzen den QR Code. Dadurch wird ein Hebel auf die Kaufbereitschaft und auch auf den direkten Kauf gesetzt.

Quelle: Ad Alliance | RTL Data AdImpact LANCÔME (2022)

Kontakt

Annette Kilander
Senior Advertising Researcher

Tel.: +49 040 3703 - 7388
annette.kilander@rtl.de

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

Für die Vermarkter Media Impact GmbH & Co. KG sowie rtv media group GmbH handelt die Ad Alliance GmbH als Dienstleister:
Für Media Impact agiert die Ad Alliance GmbH im Namen und für Rechnung der Media Impact GmbH & Co. KG,
für rtv media group im Namen und für Rechnung der rtv media group GmbH.
Es gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen der betreffenden Gesellschaft, abrufbar unter:
www.mediaimpact.de/de/agb respektive www.rtv-mediagroup.de/de/agbs, es sei denn, es ist anders gekennzeichnet.