

Das Kampagnenziel: Mütter mobil ansprechen

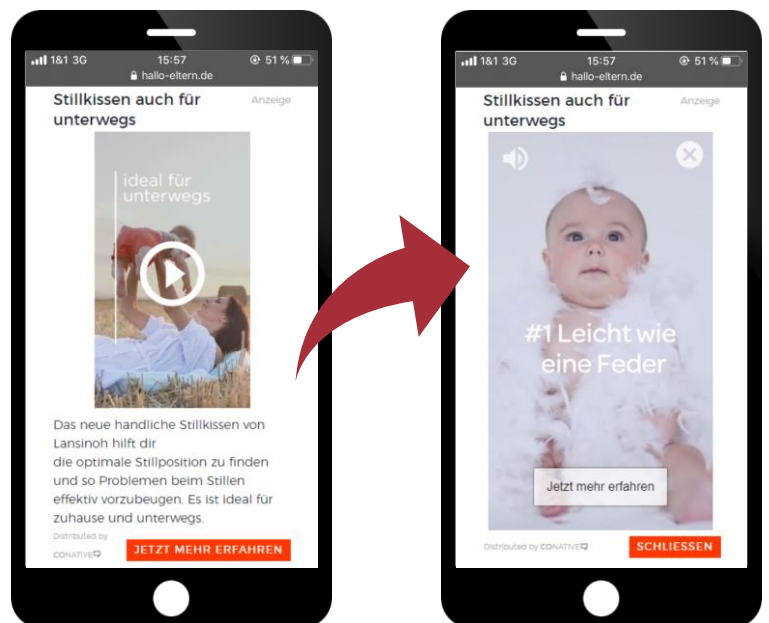
Das neue Lansinoh Stillkissen ist ideal für unterwegs - und genau dort möchte der Kunde es auch bewerben. Mütter sollen gezielt mobil angesprochen und mit perfekt zugeschnittenem Video-Content über das Produkt informiert werden.






Die Lösung: Das neue „Video Stories“-Format im CONATIVE Familien-Umfeld

- ✓ **MOBILE ONLY**
Gezielte Auslieferung auf mobilen Endgeräten (Mobile und Tablet)
- ✓ **STATE-OF-THE-ART**
Video im standardisierten, mobile-friendly Hochkant-Format (9:16)
- ✓ **CLICK-TO-PLAY**
Engagement-basierter Video Start, kein disruptives Auto-Play

Live ansehen >>



Das Ergebnis: 100% mobile Nutzeransprache mit hohen Interaktionsquoten

-  Knapp **1%** Öffnungsrate
-  Über **27%** Midpoint Video Views
-  Mehr als **4,5%** Second Clicks

- ✓ 100% mobile Ausspielung des Ads in der Zielgruppe Mütter
- ✓ Knapp 1% Öffnungsrate und damit aktive Starts für das Lansinoh-Produktvideo
- ✓ Mehr als ein Viertel der Nutzer hat mindestens 50% des Videos angeschaut (Midpoint Video Views), zusätzlich gab es eine Second Clickrate von mehr als 4,5%

„Besonders erfreulich ist, dass sich so viele User das Video zu mindestens 50% angeschaut haben. Wir sind sehr zufrieden mit diesem Ergebnis.“
Miroslava Nikolova, Marketing Manager - Social & Digital, Lansinoh Laboratories Inc.