



Kampány: **Mercedes**
 Felület: **Online**
 Megbízó: Mercedes-Benz Hungária
 Kreatív: Akció-Nxs
 Média: Mediaedge:cia

A kreatív kedveltsége
 (1-5 skála átlaga)

4,0

Eredetiség
 (az egyetértők aránya %)

86%

Személyre szabottság
 (az egyetértők aránya %)

27%



Kampány: **(Sió Fresh&Fruit)**
 Felület: **Online**
 Megbízó: Sió-Eckes
 Kreatív: Kirowski
 Média: Viseum

3,9

76%

51%



Kampány: **Sió (Könnyű és zamatos)**
 Felület: **Online**
 Megbízó: Sió-Eckes
 Kreatív: Kirowski
 Média: Viseum

3,8

79%

42%

Módszertani összefoglaló

A GfK Online Monitor kutatás havonta 400, tizennégy évnél idősebb, internet-hozzáféréssel rendelkező megkérdezett véleményét összegzi online hirdetések ismertségéről, kedveltségéről, illetve a vásárlási szándékra gyakorolt hatásáról. A kutatás eredményei 2006. augusztusa óta folyamatosan, havi rendszerességgel, számítógéppel támogatott webes megkérdezés keretében kerülnek felvételre a GfK Hungária Piackutató Intézet Online Access Paneljén. A GfK Online Monitor felmérés a GfK Hungária post-buy kutatássorozatának része.

A táblázatban a 2007. év három legkedveltebb kreatívval rendelkező online kampányát tüntettük fel, ahol a kreatívet a megkérdezettek 1-5-ig terjedő skálán értékelték. Az eredetiség az "ez a reklám eredeti, figyelemfelkeltő" állítással egyetértők arányát, a személyreszabottság pedig az "ez a reklám nekem szól" állítással egyetértők arányát mutatja.