

Eksponering i en engagerende nyhedskontekst – øget troværdighed og effekt

Situation

Hvilken indflydelse har konteksten på kampagneeffekten - i samarbejde med Group M har vi analyseret kampagner på tværs af en lang række forskellige sites grupperet under:
 Danske premium nyhedssites / danske ikke-nyhedssites / udenlandske ikke-nyhedssites

Konklusion

Studiet viser at danske premium nyhedssites skaber langt den højeste kampagneperformance. Samtidig viser studiet, at brugerne i højere grad accepterer annoncer på danske premium nyhedssites sammenlignet med de andre kategorier og generelt finder nyhedssites mere troværdige.

Andre internationale studier har for nyligt påvist den positive sammenhæng mellem kampagneeffekt udtrykt i brand lift og engagement med eksponeringer i premium nyhedskontekst.

Digital annoncering i premium nyhedskontekst skaber den højeste kampagneeffekt – både på hårde og bløde KPI'er.

Danske premium nyhedssites skaber den højeste kampagneperformance

Kilde: GroupM & JP/Politikens Hus



67% højere brand-lift på premium nyhedssites

Kilde: Comscore: The Halo Effect



29% højere engagement på annoncer set i en premium kontekst

Kilde: INMA blog